

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
УНІВЕРСИТЕТ «РІСЕБА» (ЛАТВІЯ)
ВІРМЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (ВІРМЕНІЯ)
ЕКОНОМІЧНА АКАДЕМІЯ МОЛДОВИ (МОЛДОВА)

МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

**РОЗВИТОК БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ
ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ:
ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ, СТРАТЕГІЧНІ
ПРІОРИТЕТИ, РЕАЛІЇ ТА
ПЕРСПЕКТИВИ**

07 ЧЕРВНЯ 2024 РОКУ

м. Харків



Co-funded by
the European Union

BUDEMA
Business development management:
integrating the European experience

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний біотехнологічний університет
Університет «РІСЕБА» (Латвія)
Вірменський державний економічний університет (Вірменія)
Економічна академія Молдови (Молдова)

РОЗВИТОК БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ
ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ:
ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ, СТРАТЕГІЧНІ
ПРІОРИТЕТИ, РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

МАТЕРІАЛИ
Міжнародної науково-практичної конференції

07 червня 2024 р.

Конференція проведена в межах реалізації грантового проекту «Управління розвитком бізнесу: інтеграція європейського досвіду» (BUDEMA) (№ 101048268) напряму Jean Monnet програми Європейського союзу Еразмус+.

Конференція проведена за фінансової підтримки Європейського Союзу. Погляди та думки, висловлені в цьому документі, належать лише автору(ам) і не обов'язково відображають погляди Європейського Союзу або Європейської комісії. Ні Європейський Союз, ані орган, що надав грант, не несуть за них відповідальності.



Co-funded by
the European Union

BUDEMA
Business development management:
integrating the European experience

Харків
ДБТУ
2024

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Михайлов В.М., проректор з наукової роботи, д-р техн. наук, проф.
(голова оргкомітету);

Серік М.Л., канд.техн. наук, доцент; **Ларіна Т.Ф.**, д-р екон. наук,
проф.; **Гросул В.А.**, д-р екон. наук, проф. (*заступники голови
орґкомітету*)

Члени оргкомітету:

Бугріменко Р.М., д-р екон. наук, проф.; **Галоян Д.**, д-р екон. наук,
проф.; **Зубков С.О.**, д-р екон. наук, проф.; **Крейтцус І.**, доктор PhD,
проф.; **Круглова О.А.**, канд. екон. наук, проф.; **Мкртчян Т.**, д-р
екон. наук, проф.; **Барбанеаґра О.**, канд. екон. наук., доц.;
Баламут Г.С., канд. екон. наук.; **Білоусько Т.Ю.**, канд. екон. наук,
доц.; **Букос Т.**, канд. екон. наук, доц.; **Бухало О.В.**, канд. екон. наук.,
доц.; **Волосов А.М.**, канд. екон. наук; **Котко Я.М.**, канд. екон. наук.,
доц.; **Михайлова О.В.**, канд. екон. наук; **Смірнова П.В.**, канд. екон.
наук., доц.; **Сукачова С.М.**, канд. екон. наук., доц.; **Тімченко О.Д.**,
доцент кафедри; **Шовкун-Заблоцька Л.В.**, канд. екон. наук доц.

**Розвиток бізнесу в контексті європейської інтеґрації:
Р 69 глобальні виклики, стратегічні пріоритети, реалії та
перспективи** [Електронне видання]: матеріали Міжнар. наук.-
практ. конф., 07 червня 2024 р. / Держ. біотехнологічний ун-т. –
Харків, 2024. – 453 с. Електронні текстові дані. – Режим доступу :
<http://btu.kharkov.ua/nauka/konferentsiyi/>
DOI:10.5281/zenodo.11989253.

Збірник містить матеріали, в яких розглядаються глобальні
виклики для бізнесу в умовах євроінтеґрації, стратегічні пріоритети
розвитку бізнесу в євроінтеґраційному контексті, реалії та перспективи
ведення бізнесу на європейському ринку.

Розраховано на вчених, викладачів, здобувачів освіти та
фахівців, які займаються питаннями розвитку бізнесу в контексті
європейської інтеґрації.

Тексти тез доповідей подано в авторській редакції.

Автори тез несуть повну відповідальність за зміст публікації.

© Державний біотехнологічний
університет, 2024

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	13
Danilenko V.V. , Delineation of economic and organizational factors in managing tourism businesses	14
Galoyan D., Mkrtchan T. Logistical barriers for exporting Armenian products to the EU and ways to overcome them	16
Hlushchenko I. Leading directions of blockchain technology use	18
Hrosul V.A., Zubkov S.O., Kruhlova O.A. , Enhancing business education for Ukraine's European integration	21
Lytvunenko O.D. Peculiarities of modeling business processes of an enterprise in the context of international activity	23
Андрющенко І.С., Артеменков О.В. Механізми гармонізації спільної системи ПДВ в країнах ЄС	26
Антоненко Н.В., Хоменко А.В. Тенденції розвитку людського капіталу в контексті концепції сталого розвитку	28
Артюх О.В., Кузовенкова І.О. Державний фінансовий контроль за дотриманням антимонопольного законодавства України	31
Бершадська К.С. Фінансові механізми та інструменти економічного відновлення країн Східної Європи у посткризовий період	34
Білоусько Т.Ю., Сукачова С.М. Цифровізація в управлінні розвитком підприємств агробізнесу	36
Божидай І.І., Саніна Л.Ю., Мельников Д.Є. Управління ризиками підприємства за умов динамічного середовища	38
Бокій О.В. Вдосконалення логістики аграрної продукції в умовах сучасних викликів України та асоціації з ЄС	40
Борисюк О.В. Проблеми управління фінансовими ризиками страховиків в умовах цифровізації	43
Бортнік С.М., Бурець О.І. Відновлення підприємництва після економічних потрясінь: досвід європейських країн	45
Бугріменко Р.М. Управління фінансовими ризиками підприємства	48
Величко К.Ю., Бурлаков А.В. Підходи до формування міжнародної стратегії підприємства в умовах євроінтеграційного спрямування	50
Гросул В.А., Зубков С.О. Виклики європейської інтеграції для бізнесу в Україні	53
Гросул В.А., Волосов А.М. Методичний підхід до трансформації бізнес-моделей суб'єктів підприємництва до умов цифрової економіки	55

Гросул А.В. Забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств в умовах європейської інтеграції	59
Губа В.Р., Кісь С.Я. Управління ризиками страхових компаній в умовах цифровізації в контексті європейської інтеграції	61
Зомчак Л.М., Фединець В.С. Інтегральна оцінка регіонального розвитку малого бізнесу України	64
Клюєв С.О., Кузнєцов Д.Г. Інтеграція в європейську та світову транспортну систему	67
Клюєв С.О., Юров Б.В. Транспортно-логістична система України в умовах європейської інтеграції	70
Ковтун О.О. Роль менеджменту в сприянні сталому розвитку та корпоративній соціальній відповідальності через впровадження нових водних Директив ЄС	72
Козирєва О.В., Корякіна Р.Р. Дослідження та удосконалення системи логістичних операцій у зовнішньоекономічній діяльності підприємства	75
Козуб В.О., Кравець К.О. Особливості інклюзивного розвитку бізнесу в контексті глобальних цілей сталого розвитку	78
Колесник А.О. Європейський досвід цифрової трансформації бізнесу	81
Кононенко Д.В. Тенденції зміни бізнес-моделей українських підприємств в умовах європейської інтеграції	84
Кочнова І.В., Дудкін Ю.В. Штучний інтелект: досвід світових брендів на приклади компанії UPS	87
Краснюк М.Т., Борткевич П.О. Використання алгоритму рою частинок для моделювання та прогнозування фінансових ринків	90
Кузнєцова Т.В., Кузнєцов Є.С. Освітні інновації на базі синергії нейропедагогіки та робототехніки для оптимізації логістичних процесів при експорті до Європейського Союзу	93
Кузьома В.В. Інституційне середовище розвитку циркулярної економіки Європейського Союзу	96
Кулакова С.Ю., Сінельников М.С. Ризики ведення бізнесу в Україні в умовах воєнного часу	98
Лисак Г.Г. Визначення сутності поняття «ризик» у контексті наукових концепцій	100
Лисенко Г.П. Гармонізація законодавства України з актами права ЄС щодо виробництва продукції тваринництва	103
Макогон В.В. Імплементация фінансових важелів відшкодування екологічної шкоди до механізму нарахування ПДВ	106
Непиталюк А.В., Мазур Е.В. Міжнародні стандарти у сфері соціального забезпечення	109
Романашенко І.О., Краснощок К.М. Шляхи вдосконалення системи управління персоналом на вітчизняних підприємствах	111

Романашенко І.О., Кузьменко М.А. Європейські методики тайм-менеджменту: імплементація на українських підприємствах	114
Руденко С.В. Організаційно-економічні засади ризикостійкості у системі антикризового управління діяльністю підприємств	117
Сагачко Ю.М. Аналіз та оцінка можливостей адаптації європейських практик корпоративного управління у сфері адміністративного менеджменту	119
Селіванова Н.Ю. Логістичні виклики при експорті рідких небезпечних вантажів до ЄС	122
Семернін П.В. Особливості цифрового зростання українських підприємств в умовах європейської інтеграції	125
Ставерська Т.О., Жилякова О.В. Блокчейн: експертиза застосування та перспективи розвитку	127
Ткаленко О.М. Особливості впливу євроінтеграції на розвиток малого та середнього бізнесу в Україні	130
Тоцька О.Л., Волошин А.І. Інновації та технологічний прогрес у послугах доставки: досвід та перспективи «Нової Пошти»	133
Тульчинська С.О., Геращенко М.Є. Особливості стратегічного управління підприємством в умовах європейської інтеграції	136
Ушакова Н.Г., Величко К.Ю., Тесленко С.О. Комунікації підприємства у воєнний час: важливість, результативність, специфіка реалізації	140
Федина В.В., Заїчко І.В. Європейський досвід управління кредитними ризиками банків	143
Ханова О.В., Музиченко М.В. Основні аспекти інтеграції транспортних систем ЄС та України	146
Худавердієва В.А. Світовий досвід розробки національних програм, стратегій та правових основ цифровізації ведення бізнесу	149
Царьова І.В. Гармонізація законодавства України у сфері регулювання діяльності компаній	152
Чердніченко А.В., Чердніченко В.А. Цифровізація бізнес-процесів в стоматології	155
Шацька З.Я., Стужний О.С. Цифрова безпека логістичних процесів підприємства	158
Шibaєва Н.В., Бабан Т.О. Прогрес України на шляху гармонізації нормативно-правового забезпечення економічної діяльності із законодавством ЄС	160
Шинкаренко І.А. Компонентний підхід до формування адаптивної бізнес-моделі підприємства	163

**СЕКЦІЯ 2. СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ
РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНОМУ
КОНТЕКСТІ**

	166
Kalinichenko L.L., Zaika E.E. Implementation of safe space using smart city technologies in Ukraine	167
Kravchenko S.A., Malik L.M., Bezhenar I.M. Development of the business ecosystem in agricultural business in the conditions of European integration and wartime	169
Levkina R.V., Kotko Ya.M. Investment cooperation between Ukraine and partner countries	172
Lysyi V.S. Consumer trust in the brand: role and importance in business development	174
Naumenko M.A. Data Mining in effective enterprise advertising	177
Polevych K.V. Consumer behavior models: sustainable european practices	180
Reznik D.P. Features of competitive strategies of organizations in the digital economy	182
Totska O.L. Onysiuk V.O., Economic support program of Ukraine from the European Union «Ukraine facility	184
Velychko K.Y., Shahun A.S. Features of information support of international business enterprises	187
Yurynets Z.V., Rezvanova A.O. Tools for analysing marketing strategies in a company	189
Андросова Т.В., Кулініч О.А. Формування циркулярної економіки: переваги та наслідки	192
Антонова О.В. Особливості політики підтримки інновацій Фінляндії	195
Афанасьєва О.П., Кулакевич А.Р. Просування туроператора Coral Travel в соціальних медіа	197
Бабика В.О. Забезпечення конкурентоспроможності агровиробників в умовах євроінтеграції	200
Базиліук А.В., Атаманчук Д.В. Роль інвестицій з країн Євросоюзу в діяльності українських підприємств	203
Білоусько Р.С. Інвестиційна привабливість аграрного бізнесу України в умовах європейської інтеграції	206
Близнюк О.П., Іванюта М.О. Управління фінансовими інвестиціями з використанням діджитал-технологій	208
Бугріменко Р.М., Смірнова П.В. Вплив цифрових екосистем на інноваційність сучасного бізнесу	211
Бухало О.В. Інноваційно-інвестиційне забезпечення системи органічного землеробства	214

Величко К.Ю. Проблематика інвестиційної невизначеності та стратегії залучення іноземних інвестицій в Україну в умовах війни	217
Горпинич О.В. Сприяння європейських інституцій залученню інвестицій в Україну	220
Жегус О.В., Гребченко С. М., Тельная В. С. Внутрішній маркетинг у забезпеченні конкурентоспроможності продукції українських виробників на міжнародних ринках	223
Жегус О.В., Долженко Д.О., Кравченко А.О. Ребрендинг як інструмент адаптації продукції українських виробників для виходу на нові ринки	226
Журавель М.Ф., Гудзюк Є.О. Теоретичні аспекти аналізу фінансової стійкості підприємства та його вплив на інвестиційну привабливість	229
Замула І.В., Шавурська О.В. Оцінка стану природних екосистем України і шляхів їх відновлення у повоєнний період	231
Зомчак Л.М., Глищук Д.В. Економетричне моделювання обсягу реалізованої продукції переробної промисловості України	234
Зомчак Л.М., Луцак Ю.Т., Семенов В.С. Кластеризація країн світу за перспективами ведення підприємницької діяльності	237
Кекух В.В., Білошапка В.С. Маркетингові стратегії продажу банківських продуктів корпоративним клієнтам в умовах євроінтеграції	239
Козирьєва О.В., Дітковська Є.О. Дослідження та удосконалення конкурентної стратегії підприємства на зовнішніх ринках	242
Козуб В.О., Василенко В.О. Маркетингові стратегії просування продукції на європейських ринках	245
Кораблінова І.А. Технологічні стартапи як рушійні елементи цифрових бізнес-екосистем	248
Кочнова І.В. Глобалізація брендів в сучасних умовах	251
Кулакова С.Ю., Красун Я.А., Тетерюк Д.В. Роль цифрового маркетингу в підвищенні конкурентоспроможності українських товарів на європейських ринках	254
Кулакова С.Ю., Житник О.М. Брендинг як сучасна маркетингова технологія формування конкурентоспроможності підприємства	257
Кулініч О.А., Андросова Т.В. Привабливість стартап-екосистеми України для світових інвесторів	260
Макєєв О.С. Цифровий маркетинг як інструмент виходу на європейські ринки	263
Марченко В.М., Горбатюк А.Г. Етика маркетингової діяльності в умовах війни	265

Марченко В.М., Горбатюк А.Г. Фактори ефективності соціальних мереж в маркетинговій діяльності	267
Михайлова М.В., Величко К.Ю., Луполовер Ю.Б. Вплив технологій віртуальної та доповненої реальності на купівельну поведінку споживача	270
Миценко Н.Г., Міщук Ю.І. Кластерні ініціативи в розвитку медичного туризму	273
Овсієнко Н.В. Формування маркетингової стратегії зовнішньоекономічної діяльності в процесі розвитку підприємства	275
Олініченко К.С., Наконешний І.О. Особливості маркетингової діяльності підприємства в умовах євроінтеграції	278
Пахуча Є.В. Стратегії просування вітчизняної органічної продукції на європейських ринках	281
Поліщук О.Ю. Проблеми агропереробної промисловості в Україні в контексті формування підприємницької екосистеми	284
Попов А.В. Споживча поведінка в Україні та Німеччині: розбіжності, визначальні для українського бізнесу	287
Прядко О.М., Тимофєєва А.О., Ликов О.А. Сучасний стан ринку нерухомості в Україні	290
Степаненко С.В. Фінансові інструменти підтримки ініціатив сталого розвитку агробізнесу в Україні	293
Тарасов І.Ю., Іващенко В.О. Маркетингові перспективи підприємств деревообробної галузі у повоєнній відбудові Харківського регіону	296
Тарасов І.Ю., Місько Є.Г., Литвиненко В.С. Програми лояльності як складова частина маркетингової діяльності банківських установ	299
Тимохова Г.Б., Спольнік Б.В. Особливості розвитку експортоорієнтованої підприємницької екосистеми	302
Тульчинська С.О., Кочетова В.Є. Маркетингові стратегії просування продукції на європейських ринках та дослідження споживчої поведінки	305
Чеботарьов Є.В. Люблінський трикутник»: перспективи розширення та засіб залучення інвестицій у повоєнному відновленні України	308
Шандова Н.В., Стемковський В.В. Тренди соціального інвестування	311

СЕКЦІЯ 3. РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ	314
Abramihin С. Inclusion and integration of vulnerable population groups through lifelong learning	315
Biriukov Y. Foreign experience in human capital development	318
Larina T.F., Gorodetska T.E. Influence of migration flows from Ukraine on the formation of intellectual capital of EU countries	321
Levkin A.V., Kotko Ya.M. Human capital development: state of the art and prospects	324
Андрюшкін Б.І. Модель компетенцій персоналу згідно з європейськими стандартами у повоєнному відновленні економіки України	326
Базилюк А.В., Губенко В.Д. Джерела інвестування програми відновлення економіки України на засадах сталого розвитку	329
Божидай І.І., Дікарев Д.І., Палагута С.О. Сучасні аспекти управління продуктивністю праці	332
Боцян Т.В., Фостолович Р.С. Сучасний програмний продукт в управлінні готельно-ресторанним бізнесом – Poster	335
Будякова О.Ю. Розвиток біоекономіки в контексті європейської інтеграції	338
Вербицька О.О. Реалії та перспективи розвитку фешн індустрії у структурі глобальної креативної економіки	341
Галайда Т.О. Вдосконалення системи професійної підготовки персоналу для українського бізнесу в контексті європейської інтеграції	344
Глушенкова А.А., Баннікова Н.А. Адаптивне управління персоналом як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємств	347
Дашко І.М., Михайліченко Л.В. Особливості розвитку персоналу як невід’ємна частина стратегії управління персоналом у ЗСУ	350
Демченко О.В. Сучасний стан формування людського капіталу сільських територій України	353
Денісова О.О. Професійні стандарти з інформаційно-комунікаційних технологій в екосистемі освіти ЄС	355
Дзюба В.В., Жебка В.В. Використання машинного навчання для передбачення структури білків у медичних дослідженнях: адаптація європейських стандартів	358
Зомчак Л.М., Дербаль Т.І. Авторегресійне моделювання регіональних ринків праці України	360
Каленік К.В. Підвищення кваліфікації персоналу підприємств готельно-ресторанного бізнесу: європейській вектор	362

Кащена Н.Б., Нестеренко І.В. Реінжиніринг процесу обліку екоінновацій у фокусі стандартів ЄС	364
Ковалевська Н.С. Цифрові рішення та гармонізація обліку діяльності підприємств торгівлі відповідно вимог ЄС	367
Колесник В.В., Полупан В.В., Пенкін А.К. Менеджмент персоналу готелю як запорука ефективної діяльності	370
Кривошей В.В., Тімченко О.Д. Розвиток людського капіталу в сучасному світі	373
Локтіонов Д.О. Розвиток людського капіталу як фактор формування біоекономіки	376
Ляпун О.М., Богомаз О.П. Облік та ESG-звітування за стандартами ЄС: гармонізація і впровадження в Україні	378
Максименко А.В. Екаунтинг в системі управління бізнесом	381
Марченко М.М., Ніколаєва М.А. Важливість нематеріальної мотивації працівників в умовах війни та дефіциту трудових ресурсів в Україні	384
Мещеряков В.Є., Свідерська А.В. Лідерство жінок в бізнесі: подолання бар'єрів та посилення змін	387
Микитюк В.О., Микитюк С.О. Підвищення якості освіти через професійний розвиток викладацького складу у вищих навчальних закладах	390
Михайлова О.В. Виклики євроінтеграції щодо українських підприємств харчової промисловості	392
Міняйленко І.В., Щур-Дунець О., Щур-Дунець О. Стратегія смарт-спеціалізації в контексті реалізації інноваційної діяльності: теоретичний аспект	394
Непиталюк А.В., Пивовар Є.В. Підвищення кваліфікації персоналу соціальної сфери згідно з європейськими стандартами та вимогами	397
Нестеренко А.В. Формування лідерського потенціалу на підприємствах у контексті розвитку людського капіталу	400
Нікітін Д.В. Нанотехнологічний сегмент вітчизняної інноваційної системи в контексті євроінтеграції	403
Петров В.М., Навроцький Я.Ф. Нормування праці в умовах ринкового механізму господарювання	406
Романашенко І.О. Закордонні моделі мотивації праці: доцільність їх впровадження в Україні	409
Сафонік Н.П., Терещенко Д.М. Рекомендації для українських компаній щодо захисту інтелектуальної власності у спільних підприємствах з європейськими партнерами	412

Скиба Г.І., Миронюк О.В., Беженар І.М. Імплементація міжнародних стандартів фінансової звітності: сучасні підходи та їх вплив на глобальну облікову систему	415
Славкова О.П. Підвищення кваліфікації персоналу відповідно до вимог ЄС в умовах цифровізації	418
Стоянова О.В., Зубкова К.В., Кузнецова К.Є. Формування якості фруктово-ягідних джемів відповідно до технічних регламентів ЄС	420
Татар Л.В., Пенкін А.К. Європейські стандарти управління персоналом як запорука успішного розвитку підприємства	423
Тимохов Г.Б., Караєв К.А. Особливості розвитку стратегії збереження якості людського капіталу	425
Ушакова Н.Г. Розвиток людського капіталу як вирішальний чинник відновлення України	428
Фостолович В.А., Гуртовий Ю.А. Сучасні цифрові комунікації в системі управління підприємств готельно-ресторанного бізнесу	430
Фостолович В.А., Черниш М.О. Напрямки та інструменти підвищення медіакультури та медіаграмотності у початковій школі	433
Царьова І.В., Бескровний А.С. Розвиток людського капіталу, підвищення кваліфікації персоналу згідно з європейськими стандартами та вимогами	436
Чміль Є.Л. Контролінг інноваційної діяльності підприємства в умовах євроінтеграції	439
Швагірев М.Д. Проблеми науково-технологічної безпеки країни в умовах глобалізаційних змін	442
Шевчик Б.М. Аксіологічна футуросинергетика європейських вимірів підприємництва і добробуту	445
Шелудько Л.В. Використання геоінформаційних систем у методології дослідження впливу тіньової економіки на продовольчу безпеку	448
Шовкун-Заблоцька Л.В., Шовкун З.М. Класифікація інновацій та їх специфіка	451

СЕКЦІЯ 1.

ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

UDC 338.48-658

DOI:10.5281/zenodo.11825187

V.V. Danilenko, PhD in Economics, Associate Prof. (*SBTU, Kharkiv*)

DELINEATION OF ECONOMIC AND ORGANIZATIONAL FACTORS IN MANAGING TOURISM BUSINESSES

The economic activity of tourism businesses, akin to any economic entity, is significantly influenced by the state of its internal (microenvironment), external (macroenvironment), and immediate (mesoenvironment) surroundings. To effectively operate in a dynamic environment, it is crucial to understand the key factors influencing the financial and economic activities of tourism businesses, develop decision-making mechanisms to address negative impacts, and leverage new economic situations for improving performance.

Distinguishing between economic and organizational factors is imperative as it allows for a nuanced understanding of how financial considerations and organizational strategies intersect and impact the overall functioning of tourism businesses.

Additionally, differentiating between these factors aids in crafting tailored management approaches that account for both economic variables and organizational dynamics, thereby enhancing the competitiveness and sustainability of tourism businesses in a rapidly evolving industry landscape.

For example, key factors in the macroenvironment impacting tourism businesses include political factors such as regulatory environment and stability, economic factors like overall economic situation and tax policies, and social factors such as demographic trends and consumer preferences. Ecological factors consider natural resources and environmental impacts, while technological factors involve technical progress and innovation policies. The international environment involves relations with international institutions and economic trends.

The economic management of tourism businesses necessitates strategic planning and the execution of plans over various time frames. This involves crafting strategies and tactics to optimize resource utilization, particularly in procurement and sales strategies. Planning, encompassing strategic, current, and operational aspects, alongside effective control mechanisms, serves as the primary lever of economic influence on management objects. The planning process involves setting goals, analyzing implementation methods, and resource provision, ultimately forming the foundation for budget formulation and successful operation within the tourism industry.

The operational plan of a tourism enterprise, particularly a tour operator, outlines tasks for creating a specified quantity, range, assortment, and quality of tourism products within a set timeframe based on orders or market demand. It involves using both natural and value indicators to determine the quantity of developed and implemented tourism packages, tours, or individual services. Additionally, various indicators are applied to evaluate establishments serving tourists, such as sleeping accommodations, dining capacity, seating capacity, and audience capacity. The performance of tourism businesses is assessed based on revenue generated from tourism services and goods. The feasibility of the tour product plan relies on resource provision and the availability of necessary production capacities.

In the tourism sector, there are various types of enterprises: some solely offer tourism services, while for others, tourism is just one aspect of their commercial activities. Those solely in tourism are termed primary service tourism businesses, while those deriving profit from other sources besides tourism are secondary service tourism businesses.

Primary services in the tourism industry include tour organizing and sales firms, hospitality establishments like hotels, motels, and camping sites, transportation companies catering to tourists, manufacturers of tourism-related goods, and retail businesses selling such goods. Specialization and labor cooperation are vital organizational forms in any industry within a market economy, including tourism, which can manifest as industry specialization, enterprise specialization, and internal enterprise specialization.

Industry specialization involves creating new enterprises for specific goods or services and dividing labor among industry entities. Business specialization focuses activities on specific products, services, or tasks. There are two main forms: product specialization, involving enterprises producing one type of product, and technological specialization, for those making materials and semi-finished products. The forms and importance of specialization vary by industry. Scientific and technical progress increases the need for specialized sectors in one product, complicating connections and requiring more cooperation.

UDC 339.564(498:4-67EU)

DOI:10.5281/zenodo.11827915

D.R. Galoyan, Dr. of Econ. Sciences, Prof. (*ASUE, Yerevan*)

T. Mkrtchan, Dr. of Econ. Sciences, Prof. (*ASUE, Yerevan*)

LOGISTICAL BARRIERS FOR EXPORTING ARMENIAN PRODUCTS TO THE EU AND WAYS TO OVERCOME THEM

The European integration processes open up new opportunities for Armenia to access the vast markets of the European Union. However, exporters face a number of logistical barriers that hinder the promotion of Armenian goods. Effectively overcoming these obstacles is crucial for ensuring competitiveness and sustainable exports to EU countries.

Armenia's landlocked geographic location and distance from European markets result in high transportation costs and extended delivery times due to the reliance on transit routes through third countries such as Georgia, Iran, or Russia. The country's underdeveloped transport infrastructure, with outdated roads and railways that do not meet international standards, slows down cargo flows and increases the risk of damage. The lack of modern logistics facilities, such as terminals, warehouses, and freight yards, also hinders seamless handling, consolidation, and distribution of export shipments. Limited border infrastructure capacity creates delays during customs clearance procedures.

Furthermore, the underdeveloped state of multimodal logistics in Armenia poses a significant barrier. Weak integration of different modes of transport, such as road, rail, and air, leads to inefficient coordination of logistics processes and supply chains among various transportation participants. The absence of well-organized intermodal solutions prevents the full realization of the advantages of combined transport.

Additionally, the complexity and excessive bureaucracy of customs procedures for exporting goods to the EU create challenges. Corruption and bribery at customs and border crossings cause further delays and unpredictable costs. The lack of electronic document flow also slows down cargo clearance.

Another major barrier is the technological backwardness of the logistics sector in Armenia. The low level of adoption and utilization of modern logistics technologies and IT systems hinders the efficiency and competitiveness of Armenian exporters. Outdated practices in areas such as inventory management, transportation planning, and tracking of shipments lead to increased costs, delays, and potential losses.

To address these logistical barriers, a comprehensive approach involving infrastructure, organizational, and technological changes in Armenia's logistics sector is necessary. Resolving the issue of geographic distance requires the development of multimodal transportation by utilizing various modes of transport – road, rail, air, and sea. Combining multiple delivery methods will optimize logistics chains and minimize costs. Furthermore, establishing stable transit corridors through neighboring countries and creating international logistics hubs within Armenia for cargo consolidation is crucial.

To overcome infrastructure deficiencies, significant investments are required to modernize road and rail networks in accordance with international standards. The construction of modern logistics centers, terminals, and warehouse complexes will ensure proper conditions for processing, storage, and distribution of export shipments. Expanding and optimizing the capacity of border infrastructure will also accelerate customs procedures.

The development of multimodal logistics involves the creation of specialized multimodal hubs, where seamless integration of different modes of transport can be achieved following the "door-to-door" principle. The introduction of intermodal transportation using containers and cargo grouping will enhance the efficiency of logistics operations.

Simplifying customs procedures should be a priority. Harmonizing customs legislation in line with EU norms and standards, combating corruption, and implementing electronic document flow at customs will significantly facilitate and accelerate the clearance of export shipments.

Particular attention should be paid to the application of modern logistics technologies, such as Warehouse Management Systems (WMS), Transportation Management Systems (TMS), and intelligent transportation systems for cargo monitoring. Proper training and education of logistics personnel in international practices are also critically important for effective exports to the EU.

Overcoming the logistical barriers hindering Armenian exports to the European Union is an intricate and multifaceted challenge that requires a comprehensive approach. It necessitates a concerted effort from various stakeholders, including the government, private sector, and international partners. By addressing issues related to infrastructure, regulatory frameworks, technological adoption, and human capital development, Armenia can enhance its logistics capabilities and unlock its full export potential within the lucrative European markets.

UDC 351:004

DOI:10.5281/zenodo.11830822

I.A. Hlushchenko, PhD student (*SBTU, Kharkiv*)

LEADING DIRECTIONS OF BLOCKCHAIN TECHNOLOGY USE

Today, blockchain is a technology that is used in many industries. A computer network handles a special type of database called a blockchain, which uses distributed ledger technology to continuously add data, allowing, among other features, a verifiable record of cryptographically protected transactions, and ensuring consensus among the computers that manage this process.

In 2009, Bitcoin was created and proposed as a new monetary system managed by thousands of computers distributed around the world, making money less dependent on central authorities. The main function of the Bitcoin blockchain is to facilitate the transfer of Bitcoin and record this transaction in a way that cannot be changed or deleted retroactively. Since the inception of the Bitcoin blockchain, several developers have adopted the technology and added more features and uses. When the Ethereum blockchain was created in 2015, it introduced smart contracts, which allowed people to program contractual agreements that were not limited to payments. Nowadays, many blockchain use cases have been developed, with capabilities that expand depending on how an individual or organization intends to use it [1].

Nowadays, blockchain technology is solving problems faced by participants in a number of industries, ranging from finance to agriculture. There are now thousands of blockchain platforms in the world, ranging from truly decentralized operations such as Bitcoin to private corporate iterations that are controlled by a single company for specific purposes.

The most common use case for blockchain is in finance. What started as a distributed method of continuously recording transactions has evolved over time into countless crypto-financial services, ranging from simple one-touch purchases using cryptocurrency and trading to more complex functions such as decentralized finance (DeFi) for loans, savings, liquidity pools, and more.

From a financial point of view, cryptocurrencies are created to give people more freedom in earning and using money. Therefore, blockchain allows for more opportunities to provide financial services to more people around the world, especially those who have little or no access to traditional systems.

Among the many ways to use blockchain, let's highlight the most popular ones.

1. The gaming industry. As soon as cryptocurrencies became popular for payments and finance, developers created blockchain games to present the many solutions this technology can offer to solve problems in the gaming industry, such as economic manipulation by gaming companies, payment problems, possible disconnections or imbalances in the gameplay. By implementing a distributed and transparent open-source network for player participation, blockchain introduces innovations such as real asset ownership, consensus-based updates, decentralized markets, optimized tokens, and much more.

2. Real estate transactions. Blockchain has been successfully applied in the real estate industry, which faces problems such as slow transactions, administrative disputes, and distrust between buyers, sellers, and intermediaries. The introduction of blockchain in real estate has automated routine tasks and contracts, transparently recorded and tracked data, and reduced costs. In addition to improving service delivery, blockchain is opening up innovative business models for real estate, such as partial ownership of assets that are difficult to secure joint ownership, digitized contracts to speed up transactions, real estate crowdfunding through tokenization, and more.

3. Insurance. This industry is often characterized by inefficiency and vulnerability to fraud. As an industry with a large number of records, insurance takes advantage of blockchain by using its use cases such as improved fraud detection, record keeping, and reinsurance (insurer insurance). This is a promising area for the introduction of distributed ledger technology - currently, the process of receiving compensation for a delayed or canceled flight is fraught with many problems, causing travelers to lose time and money. Smart contracts can help in this situation, the specifics of which will allow to automatically pay insurance compensation to the victims, as well as to book new tickets [2] Blockchain also opens up innovations in insurance business models, allowing insurance companies to offer more complex versions of on-demand insurance products and microinsurance products.

4. Security. Security issues exist at all levels of human activity, from personal accounts to global levels, and blockchain has solutions for problems at every level. At the individual level, blockchain security solutions include self-sovereign identity, where individual users can take full control of their personal information, as well as secure data transfer, secure private messaging, and security layers for household Internet of Things devices such as thermostats and routers. At the organizational level, companies have implemented blockchain for distributed record keeping, preventing denial-of-service attacks at individual vulnerable points such as websites. Governments

in many countries (Australia, Malta, China) are using blockchain for security purposes.

5. Art. NFTs, or non-fungible tokens, have become a hot topic in the art world as works of art created with this technology have started to sell at auctions for millions of dollars. The development of NFTs has brought us crypto art and digital collecting, where artists, musicians, and influencers are increasingly using this technology to generate more revenue from their authentic, unique work. The use of NFTs can extend from digital art and music to document authentication for real assets such as artwork and jewelry.

6. Customer bases, loyalty programs, accommodation booking services, and airline ticket purchases. Blockchain can increase the efficiency of loyalty programs. For example, the hospitality industry (airlines, retail chains, hotels) relies heavily on loyalty programs. Blockchain can help with these programs by simplifying the process, allowing customers to more easily obtain information about their loyalty points, and allowing them to redeem them. It can also help fight fraud in this area [2]. In 2017, the travel market was valued at \$630 billion, and in 2022, it is expected to double, meaning that online travel agencies have contributed to the progress of the hospitality industry by establishing direct contacts between customers and properties.

7. Personal identification. Blockchain technology has the potential to become a standard for storing such information. Creating decentralized ID databases using a standard format so that companies can quickly and easily identify customers.

Blockchain is a concise example of the genius of modern fintech solutions. To say that blockchain is a universal technology is an understatement: chain technology has already been successfully implemented in the most diametrically opposite directions and is actively realizing its powerful potential

Information sources

1. Binance. URL: <https://www.binance.com/uk-UA/blog/ecosystem>
2. Giancaspro M. Is a 'smart contract' really a smart idea? Insights from a legal perspective. *Computer Law and Security Review*. 2017. URL: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S026736491730167X>
3. Гапоненко Г.А., Василенко В.Ю. Перспективи використання технології блокчейну в туристичній галузі. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2019. Вип. 10. С. 193-199. URL: <https://periodicals.karazin.ua/irtb/article/view/15570>

UDC 378.014.61(477:4-67ЄС)

DOI:10.5281/zenodo.11831497

V.A. Hrosul, Dr. of Econ. Sciences, Prof. (*SBTU, Kharkiv*)

S.O. Zubkov, Dr. of Econ. Sciences, Prof. (*SBTU, Kharkiv*)

O.A. Kruhlova, Dr. of Econ. Sciences, Prof. (*SBTU, Kharkiv*)

ENHANCING BUSINESS EDUCATION FOR UKRAINE'S EUROPEAN INTEGRATION

As Ukraine steadfastly progresses on its path toward European Union (EU) integration, aligning its business education system with EU standards and best practices has become an imperative. This proceeding presents the outcomes and implications of the Erasmus+ Jean Monnet project "Business Development Management: Integrating the European Experience" (101048268), implemented at the State Biotechnological University.

The overarching goal of this project is to seamlessly integrate European business development and management practices into the existing curricula of Ukrainian universities. By doing so, it aims to cultivate a profound understanding of EU policies, business regulations, and market dynamics among Ukrainian students and faculty. This initiative gains heightened relevance as Ukraine navigates its journey toward EU membership, necessitating a workforce well-versed in European business standards and practices. There is a pressing need to modernize Ukrainian business education to reflect the realities of the European Single Market. Ukrainian students and professionals must be equipped with knowledge and skills that are directly applicable and valuable within the EU context. The project recognizes this necessity and strives to bridge the gap by providing comprehensive insights into EU business regulations, management approaches, and the intricacies of the single market.

The project aims to promote a deeper understanding of the EU's policies, values, and business environment among stakeholders in Ukraine. By integrating European expertise into the university's curricula, the project seeks to equip Ukrainian students and professionals with comprehensive knowledge of EU business regulations, management approaches, and the single market.

The Erasmus+ Jean Monnet project "Business Development Management: Integrating the European Experience" is of vital importance for a State Biotechnological University as Ukraine pursues deeper integration with the European Union. This project will contribute significantly to preparing students, faculty, and the broader community for the economic integration of Ukraine into the EU.

For students, the project will provide invaluable knowledge and skills for developing businesses aligned with European standards, regulations, and best practices. Through courses, summer schools, and hands-on activities, students will gain comprehensive understanding of EU policies, priorities for sustainable development, support for entrepreneurship, regional development approaches, and strategies for enhancing competitiveness. This will better position Ukrainian graduates for success in the EU economic landscape.

University faculty will also benefit tremendously from upskilling through training, joint research activities, and sharing of expertise with EU partner institutions. This will elevate the institution's capabilities in delivering high-quality, EU-focused business education. Developing new curricula, teaching materials, and an online course will enrich academic offerings and instructional quality.

The project's outreach through conferences, round tables, and publications will facilitate vital knowledge sharing between academia, industry, government, and civil society stakeholders. This multi-stakeholder dialogue will raise awareness of business opportunities from EU integration while disseminating European management philosophies and sustainability principles to organizations across Ukraine. Moreover, the research activities will generate valuable insights into trends, challenges and strategic pathways for Ukrainian businesses to thrive within the EU economic area. These findings can guide policies and initiatives for industry development aligned with European integration objectives.

In essence, the project provides a comprehensive platform for equipping Ukraine's human capital and organizational ecosystems with the knowledge, skills, and expertise necessary to strategically manage business development within the context of EU integration. This will accelerate Ukraine's economic convergence with European standards and practices, fostering smoother adoption of the European business environment and culture. Ultimately, it will strengthen Ukraine's economic competitiveness as an emerging EU market player.

The implementation of the Erasmus+ Jean Monnet project "Business Development Management: Integrating the European Experience" represents a pivotal stride towards harmonizing Ukrainian business education with EU standards. This transformative initiative will empower students and professionals with the knowledge and skills indispensable for thriving in the European market, thereby fostering Ukraine's successful integration into the EU. Through robust partnerships, innovative teaching methodologies, and comprehensive curriculum development, this project holds immense promise to leave an indelible impact on the academic and socio-economic landscape of Ukraine.

UDC 338.43

DOI:10.5281/zenodo.11910366

O.D. Lytvynenko, PhD in Economics, Associate Prof. (*SBTU, Kharkiv*)

PECULIARITIES OF MODELING BUSINESS PROCESSES OF AN ENTERPRISE IN THE CONTEXT OF INTERNATIONAL ACTIVITY

To ensure a competitive position, Ukrainian enterprises need to constantly adapt, change and improve their business processes in line with modern requirements and customer needs. Optimisation of business processes is a set of interrelated management, organisational and information measures, united by a certain technology, aimed at improving the parameters of both individual processes and the performance of the enterprise as a whole in order to meet the needs and expectations of stakeholders [1].

The need to adapt the business processes of Ukrainian enterprises to the requirements of the international market is particularly acute and relevant in the context of structural restructuring of the Ukrainian economy on the basis of innovative approaches to management, mobilisation of Ukraine after its accession to the WTO and on the path to integration into the European Union. Equally important is compliance with the DSTU ISO 9000-2001 Quality Management Systems standard, which regulates the basic principles of quality management at an enterprise in line with international standards and the feasibility of using them to improve business processes.

Optimisation of business processes in the context of international activities is a strategic task of an enterprise, which will ensure the efficiency of the business entity, contribute to increased productivity, and improve the quality of products and services.

Optimisation of business processes in the context of international activities leads to certain advantages for the company, namely: increased investment attractiveness; mutual coordination of the company's strategy with the strategy of foreign economic activity and key performance indicators; timely identification of sources of business risk, reducing its level; reduction of time losses for the implementation of export-import operations; reduction of costs when entering foreign markets; increased flexibility in managing foreign economic activity; creation of an enterprise with a high level of information and defect-free production; certification and standardisation of products in accordance with international standards; employees' understanding of their responsibility for achieving their goals [2].

Optimisation of business processes in the context of international activities can be based on the concept of Business Process Improvement, which is based on four approaches aimed at improving the productivity, efficiency and adaptability of business processes: FAST (Fast Analysis

Solution Technology); benchmarking; redesign (concentrated improvement); and Business Process Reengineering.

Business process reengineering in the context of international activities is:

- a radical upgrade of business processes, which means accelerating the company's response to changes in consumer requirements both in the domestic and foreign markets;
- establishing effective communication and cooperation with foreign counterparties;
- automating the processes of preparing goods for customs clearance;
- cost optimization, which is achieved through the coordinated work of a team of highly qualified and effectively motivated professionals who develop and implement innovative and creative ideas to increase competitiveness, optimize workflows, increase productivity and quality of products and services, and improve customer satisfaction [3].

The concept of business process reengineering has already had and continues to have a revolutionary impact. Nevertheless, the most common mistakes in business process reengineering are:

- the low level of the existing corporate culture of the enterprise, which prevents the adoption of new management principles and causes significant resistance to change;
- unsystematic reengineering, when the enterprise focuses only on partial redesign of existing processes;
- insufficient resource support for reengineering, when the company's management tries to improve the efficiency of operations without significant investments in the reengineering program, without the most important components of investments – time and effort of the most responsible employees of the company;
- ignoring the need for reengineering, which results in significant time and financial losses.

Reengineering is directly related to the use of various business process modelling methods. One of the most modern solutions for modelling business processes in the course of reengineering is the ARIS (Architecture of Integrated Information Systems) functional modelling method, which is aimed at increasing the flexibility of business processes in the context of international activities. The modelling process in ARIS involves collecting information about the area under study, documenting the information obtained, presenting it in the form of a model, and refining the model through iterative review. The purpose of using the ARIS system model is to create the most realistic model of the enterprise's functioning in the face of changes in the internal and external environment, including the international activities of

the enterprise. To this end, it is necessary to take into account all the most probable scenarios. It is worth noting that the flexibility of the ARIS model means that changes and improvements can be made at any time in accordance with the requirements of the environment [4].

As a result, it is found that optimisation of business processes in the context of international activities can lead to the following benefits: the use of a single language for describing activities, accessible and understandable to all participants in the process, will create an opportunity for a simple and clear graphical interpretation of business processes in the field of international activities; allocation of work areas, which facilitates the formulation of requirements for the staff of the foreign economic activity department; simple and reliable definition of control points for achieving strategic indicators of international activities; by reducing the levels of the organisational structure, it simplifies the exchange of information between departments and eliminates the isolation of departments and officials; the ability to assess the effectiveness of operations (functions) performed within a process in terms of the efficiency of the process as a whole; ensuring consistency of the results of operations within processes by avoiding duplication of work and information; reducing overheads and, as a result, the cost of business process results; the possibility of creating a staff motivation system based on rewarding employees depending on the achievement of the results of the processes in which they participate.

Information sources

1. Kostina O. M. Diagnostics and management of business processes in the context of enterprise crisis management. *Електронний науковий журнал «Економіка та суспільство»*. 2019. № 10. С. 287-297.
2. Zigiariis S. Business process reengineering: dissemination of innovation and knowledge management techniques. HELLAS SA, 2000. URL: <http://www.adi.pt>.
3. Simon A. K. Towards a theoretical framework for business process reengineering. URL: <https://www.researchgate.net/publication/277295310>.
4. Lytvynenko E., Prokopenko O., Prokopenko M., Bohachov D. Economic efficiency of developing and implementing business models and processes at enterprises based on business diagnostics. *Між. наук. конф. «Управління бізнес-процесами та технологічними інноваціями в сучасних умовах та в післявоєнний період»*. 36. Ч. 1. 10-11 жовтня 2023. Київ : НТУ, 2023. С. 22-23.

УДК 336.23

DOI:10.5281/zenodo.11910521

І.С. Андрищенко, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

О.В. Артеменков, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)

МЕХАНІЗМИ ГАРМОНІЗАЦІЇ СПІЛЬНОЇ СИСТЕМИ ПДВ В КРАЇНАХ ЄС

Головною метою гармонізації податкової політики між державами-членами ЄС є гарантування безперервної роботи єдиного внутрішнього ринку ЄС. Цей ринок характеризується відсутністю внутрішніх кордонів, що сприяє необмеженому потоку товарів, послуг, капіталу. Негармонізовані непрямі податки, які за своєю суттю збільшують кінцеву ціну для споживачів, мають потенціал значного впливу на єдиний ринок. Вони можуть створювати перешкоди для руху товарів і послуг, порушувати ринкові стимули та спотворювати конкуренцію. Європейська Комісія відіграє вирішальну роль у координації та гармонізації політики держав-членів щодо непрямих податків, зокрема податку на додану вартість (ПДВ).

Незважаючи на значний прогрес у гармонізації ПДВ, відмінності в національних системах непрямого оподаткування, такі як відмінності в традиціях, втрата незалежності, економічні та політичні переваги та різні податкові ставки, вимагали постійного перегляду та внесення змін до існуючої законодавчої бази. Це призвело до сильного спротиву з боку багатьох держав-членів щодо радикальних заходів, спрямованих на впровадження уніфікованої системи ПДВ, оскільки вони прагнули зберегти важливі аспекти децентралізованої системи непрямого оподаткування.

При дослідженні структури оподаткування ПДВ, який є основним джерелом непрямих доходів, стає очевидним, що країни з високорозвиненою економікою, такі як Німеччина, Данія, Австрія, Швеція та Люксембург, запроваджують вищі ставки, обмежуючи кількість додаткових ставок. І навпаки, використання кількох додаткових ставок і їх часта зміна забезпечує стабільність для широкого кола виробників продукції. Крім того, знижена ставка слугує як податковою пільгою, так і можливістю для послаблення фіскального тиску, який часто супроводжується шахрайськими схемами. Експерти Євросоюзу порушують питання застосування коридору ставок із можливим поетапним підвищенням нижньої межі з 15 до 17 %, у якій працюють усі країни ЄС, окрім Люксембурга. Запровадження коридору ставок, замість запропонованих багатьма науковцями і практиками єдиної

уніфікованої ставки ПДВ, створює умови для збереження фіскальної самостійності країн-членів і здорової податкової конкуренції внутрішнього ринку [1, С. 103-104].

Європейська система ПДВ наразі проходить реформування, метою якого є адаптація до цифрової економіки, зокрема зростання ролі цифрових платформ, що виступають посередниками між постачальниками і споживачами, та зростання обсягів цифрових послуг. Однією із ключових змін є запровадження гармонізованих вимог цифрового звітування транзакцій (*DRRs*) та стандартизованих електронних інвойсів. Іншою важливою зміною є розширення механізмів, які дозволяють платникам ПДВ, що постачають товари та послуги в більш ніж одній державі-члені, реєструватися платником ПДВ лише один раз, через Єдине вікно (*One Stop Shop*). Також європейське ПДВ рухається до остаточної (*definitive*) системи, у якій всі операції оподатковуються за місцем постачання [2].

Україна поступово наближає практику оподаткування ПДВ до стандартів Європейського Союзу. В Україні діє базова ставка ПДВ у розмірі 20%, що входить у коридор ставок 15-25%, який діє в ЄС. Окрім базової ставки, законодавство передбачає пільгову ставку 7% для оподаткування лікарських засобів, дозволених для виробництва та застосування в Україні, а також нульову ставку для експорту товарів. Крім того, Податковим кодексом України визначено 19 видів операцій, які звільняються від оподаткування ПДВ, та 31 вид операцій, які не є об'єктами оподаткування.

З огляду на статус України, як кандидата на вступ до ЄС, особливо важливо, щоб у якнайширшого кола українських експертів та підприємців було системне розуміння європейської гармонізованої системи непрямих податків та вектору її реформування – задля легшої інтеграції до єдиного ринку ЄС на умовах, що забезпечать швидкий розвиток українського бізнесу, економіки, та зростання добробуту українців [2].

Інформаційні джерела

1. Кулай А. В. Механізми та стан гармонізації системи непрямого оподаткування в ЄС. *Фінанси України*. 2015. Вип. 7. С. 98–114. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?
2. Гармонізація податкової політики з ЄС. Рамки та можливості для України. URL: <https://ces.org.ua/harmonizing-taxes-with-the-eu-brief/>
3. Council Directive 91/680/EEC of 16 December 1991 supplementing the common system of value added tax and amending Directive 77/388/EEC with a view to the abolition of fiscal frontiers. URL: <http://eurlex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=CELEX:31991L0680>.

УДК 331.1:331.5

DOI:10.5281/zenodo.11910627

Н.В. Антоненко, канд. екон. наук, доц. (НТУ, Київ)

А.В. Хоменко, здоб. ступ. PhD (НТУ, Київ)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В КОНТЕКСТІ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

У сучасних умовах господарювання ключову роль у розвитку економіки країни займає людина як носій багатства, що зумовлює всебічне та максимальне використання людських ресурсів. Людський капітал являє собою економічну категорію, яка є похідною від понять «трудові ресурси», «робоча сила», «трудовий потенціал» і об'єднує знання, навички, здібності та мотивацію окремих особистостей.

За оцінкою МВФ, наявне населення України у 2021 році становило 41,0 млн осіб; у 2022 році воно скоротилося до 35,0 млн осіб, а у 2023 році досягло рівня 33,2 млн осіб. Станом на 14 березня 2024 року за даними Агентства ООН у справах біженців було зафіксовано по всьому світу 6,486 млн. біженців з України. МВФ прогнозує чисельність населення в Україні у 2024 році на рівні 33,4 млн осіб; у 2025 році – 34,3 млн осіб [1]. Україна знаходиться на порозі катастрофічної нестачі робочої сили: вже сьогодні деякі сектори економіки відчувають суттєву нестачу кваліфікованих працівників чоловічої статі на фоні недостатнього досвіду роботи зі сторони жінок. Таким чином, зростає значення якості капіталу, для підвищення якої потрібно використовувати трудову міграцію та здійснювати інвестиції у розвиток людського капіталу.

Формування людського капіталу відбувається з урахуванням положення про те, що вроджений людський капітал розвивається в результаті усвідомленого інвестування. Такими інвестиціями є освіта, здоров'я населення, підвищення кваліфікації працівників. На жаль, на сьогодні в зв'язку з повномасштабною війною відсутні актуальні дані щодо величини цих інвестицій – для аналізу можна скористатись непрямими показниками на прикладі закладів освіти. В 2023 закінчили та отримали середню освіту 360 тис. випускників порівняно з 640 тис. в 2008 році. Кількість студентів у ЗВО скоротилась з 6,5 тис. в 2008 році до 3,5 тис в 2023 р. У 2024 році планується скорочення числа ЗВО [2], тобто, спостерігається скорочення як самого людського капіталу, так і інвестицій в нього зі сторони держави.

Припущення про те, що трудовий ресурс можна легко змоделювати, почало піддаватися сумніву ще в середні 20 сторіччя,

коли підходи до людського капіталу спирались на такі якості особистості, як лідерство, талант, знаменитість. Дослідження Девіда Дж. Рехмана, Майкла Х. Мескона, Кортленда Лу Бові, Джона В. Тілля [3] довело, що спирання на фактори особистостей в середині трудового колективу є недостатнім і не може впливати на зростання виробництва. Як контрзахід пропонується використовувати партисипативне управління [4]. Вперше термін «participative management» з'явився в зарубіжних виданнях, його дослівний переклад означає «спільне управління», яке передбачає безпосереднє залучення працівників до управління підприємством. Концепція партисипативного управління побудована на тому, що працівник має доступ до прийняття рішень, а це, в свою чергу, мотивує його працювати не тільки з підвищеною ефективністю, а й максимально розкривати свої можливості і навички. Таким чином, партисипативне управління, засноване на партнерстві між робітниками та керівниками, сприяє прийняттю ефективних управлінських рішень, дозволяє працівникам реалізувати свої соціальні потреби, а також стимулює їх до підвищення продуктивності праці.

Концепція людського капіталу, орієнтованого на виконання конкретного завдання, була запропонована в 2004 році Р. Гіббонсом та М. Уолдманом. Концепція містить твердження про те, що в багатьох випадках людський капітал накопичується відповідно до характеру завдання [5]. Цю концепцію можна застосовувати для призначення фахівця на посаду, слідкування за динамікою його заробітної плати і контролю за просуванням працівника всередині фірми.

Для вивчення людського капіталу аналізують такі його компоненти, як: емоційний капітал, соціальний, навчальний та інтелектуальний капітал. Емоційний капітал – це набір ресурсів (особисті та соціальні емоційні компетенції), які властиві людині, корисні для особистого, професійного та організаційного розвитку, а також ті, що беруть участь у соціальній згуртованості та мають особисту, економічну та соціальну віддачу. Даніель Големан відзначив, що емоційні здібності не є вродженими, описавши емоції як складову самоефективності, використання якої являє собою набір навичок, що ведуть до розвитку емоційної здатності [6].

Соціальний капітал розглядається вченими, як сукупність соціальних зв'язків і відносин між людьми в колективі, де функціонують соціальні групи через міжособистісні стосунки, спільне почуття ідентичності, спільне розуміння, спільні норми, спільні цінності, довіру, співпрацю та взаємність. Тобто, соціальний капітал – це той капітал, що в форматі міжособистіх відносин не може бути переданий іншим колективам незалежно від зусиль окремих

особистостей. Навчальний капітал враховує аспекти, які передбачають передачу знань, досвіду, практики іншим індивідам. Інтелектуальний капітал базується на використанні знань через їх управління інтелектуальним капіталом. Створення, формування та оновлення запасів інтелектуального капіталу вимагає формулювання стратегічного бачення, яке поєднує всі три виміри інтелектуального капіталу в організаційному контексті шляхом дослідження, використання, вимірювання та розкриття [7; 8].

Враховуючи вищенаведене, можна зробити висновок про те, що при розгляді сутності людського капіталу необхідно спиратися на концепцію сталого розвитку, соціальний контекст якої спрямований на збереження та підвищення соціальних, культурних аспектів, а також мінімізацію конфліктів. Тобто, необхідно враховувати середовище, яке формує сферу життєдіяльності людини, де закладено справедливий розподіл благ. Приймаючи до уваги скорочення інвестицій держави в людський капітал, виходячи з власного досвіду та кількості резюме на сайті вакансій, де зазначається готовність роботодавця навчати нового співробітника, маємо ситуацію, в якій бізнес, що не може існувати без трудових ресурсів, буде змушений інвестувати в людський капітал, додаючи відповідні інвестиції до програми мотивації на підприємстві. В подальшому, бізнес і держава мають створити сприятливі умови для повернення в післявоєнний період до України українських емігрантів. Сьогодні країни ЄС, приймаючи біженців, не тільки турбуються про життя наших громадян, а й зберігають і нарощують людський капітал нашої держави.

Інформаційні джерела

1. МВФ оцінив кількість населення України та дав прогноз на найближчі роки. URL : <http://surl.li/ubiho>
2. Що чекає на вищу освіту у 2024 році: велике інтерв'ю з Михайлом Винницьким. URL : <http://surl.li/ubijv>
3. David J. Rechman; Michael H. Mescon; Courtland Lu Bovey; John W. Till. (1993). Modern business. Vol. 1.
4. Антоненко Н.В. Формування мотиваційної стратегії організації праці авторемонтного персоналу підприємства в контексті корпоративної соціальної відповідальності: дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2021. 246 с.
5. Gibbons Robert; Waldman Michael (2004). Task-Specific Human Capital. American Economic Review. 94 (2): 203–207.
6. Goleman D. Emotional Intelligence (1995). New York.
7. Magrassi P. (2002). Taxonomy of Intellectual Capital, Research Note COM-17-1985. URL : <https://www.researchgate.net/publication/279013374>
8. Sveiby Karl Erik (1997). The Intangible Asset Monitor. Journal of Human Resource Costing and Accounting.

УДК 111

DOI:10.5281/zenodo.11910898

О.В. Артюх, д-р екон. наук, проф. (ОНЕУ, Одеса)

І.О. Кузовенкова, здоб. ОС «магістр» (ОНЕУ, Одеса)

ДЕРЖАВНИЙ ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛЬ ЗА ДОТРИМАННЯМ АНТИМОНОПОЛЬНОГО ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ

Державний фінансовий контроль за дотриманням антимонопольного законодавства в Україні відіграє ключову роль у забезпеченні чесної конкуренції та запобіганні монополізації ринків. Головним органом державної влади, що здійснює такий фінансовий контроль, є Антимонопольний комітет України (АМКУ). Він має спеціальний статус, метою діяльності якого виступає «забезпечення державного захисту конкуренції у підприємницькій діяльності та у сфері публічних закупівель» [1]. АМКУ відповідає за виконання та нагляд за дотриманням антимонопольних правил і забезпечення рівних умов для всіх учасників ринку.

До основних напрямів діяльності АМКУ в сфері фінансового контролю за дотриманням антимонопольного законодавства можна віднести: 1) перевірка та контроль злиттів і поглинань – АМКУ аналізує та затверджує злиття та поглинання, щоб запобігти створенню або посиленню домінування на ринку, що може негативно вплинути на конкуренцію; 2) виявлення та припинення антиконкурентних угод – АМКУ розслідує угоди між компаніями, які можуть обмежувати конкуренцію (домовленості про ціни, розподіл ринків або обмеження виробництва); 3) заборона зловживання домінуванням на ринку – АМКУ моніторить діяльність компаній, що займають домінуюче становище на ринку, для запобігання зловживань таким становищем; 4) взаємодія з державними органами – АМКУ співпрацює з іншими державними установами для забезпечення дотримання антимонопольного законодавства в рамках державних закупівель та інших сферах.

На думку О. Я. Турковського контрольна діяльність АМКУ з врахуванням приписів ст. 3 Закону «Про АМКУ » реалізується у вигляді: 1) здійснення державного контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції; 2) контролю за концентрацією, узгодженими діями підприємств та дотриманням вимог законодавства про захист економічної конкуренції під час регулювання цін (тарифів) на товари, що виробляються (реалізуються) суб'єктами природних монополій; 3) здійснення контролю щодо створення

конкурентного середовища та захисту конкуренції у сфері державних закупівель; 4) проведення моніторингу державної допомоги підприємствам та здійснення контролю за допустимістю такої допомоги [2, с. 130].

Методами фінансового контролю за дотриманням антимонопольного законодавства України є: 1) моніторинг та аналіз ринків – АМКУ постійно аналізує стан різних ринків, використовуючи дані від компаній і доступні державні ресурси; 2) перевірки і розслідування – АМКУ має право проводити такі дії щодо можливих порушень антимонопольного законодавства; 3) штрафи – АМКУ може накладати штрафи на компанії, які порушують антимонопольні правила, як механізм попередження.

Необхідно підкреслити, що АМКУ уповноважений на вчинення широкого спектра дій та вжиття заходів щодо фінансового контролю за дотриманням антимонопольного законодавства в Україні. Закріплені законодавством повноваження можна поділити на загальні та спеціальні:

1. Загальні повноваження – це повноваження АМКУ, які полягають у здійсненні загального управління у сфері фінансового контролю за дотриманням антимонопольного законодавства, удосконалення механізму державного регулювання відносин економічної конкуренції та розроблення найефективніших механізмів захисту економічної конкуренції. Їх у свою чергу можна розділити на такі види: повноваження щодо створення та роз'яснення норм права; повноваження щодо налагодження співпраці з іншими органами державної влади, органами місцевого самоврядування, органами адміністративно-господарського управління й контролю, підприємствами, установами та організаціями з питань дотриманням антимонопольного законодавства, розвитку, підтримки, захисту економічної конкуренції; повноваження щодо узагальнення практики застосування законодавства захист економічної конкуренції.

2. Спеціальні повноваження – це повноваження АМКУ, що полягають у безпосередньому здійсненні процедур контролю за антимонопольного законодавства в Україні. Зазначені повноваження також можна розділити на види: *основні повноваження* – це повноваження, що являють собою окрему чітко визначену процедуру фінансового контролю або існуючий самостійно захід контролю, який здійснюється АМКУ (надання обов'язкових для розгляду рекомендацій; звернення до суду з позовами, заявами й скаргами у зв'язку із застосуванням законодавства про захист економічної конкуренції; проведення перевірки; розгляд заяв і справ про порушення

законодавства про захист економічної конкуренції, проведення розслідування за цими заявами та справами тощо); *допоміжні повноваження* – це повноваження, які реалізуються лише в межах та під час здійснення основних процедур фінансового контролю (призначення експертизи та експерта із числа осіб, які володіють необхідними знаннями для надання експертного висновку; проведення огляду службових приміщень і транспортних засобів суб'єктів господарювання тощо) [3, с. 175].

У контексті реалізації принципу захисту конкуренції основним завданням АМКУ є участь у формуванні та реалізації конкурентної політики в частині здійснення державного фінансового контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції на засадах рівності суб'єктів господарювання перед законом та пріоритету прав споживачів, запобігання, виявлення і припинення порушень антимонопольного законодавства. З метою запобігання порушенням антимонопольного законодавства, підвищення передбачуваності його застосування органи АМКУ на підставі заяви про надання попередніх висновків та доданої до заяви інформації надають суб'єктам господарювання, органам влади, органам місцевого самоврядування, органам адміністративно-господарського управління та контролю попередні висновки стосовно узгоджених дій та концентрації [4, с. 132]

Слід відзначити, що сьогодні антимонопольний контроль в Україні стикається з рядом викликів, зокрема з високим рівнем корупції та політичним впливом на регуляторні процеси. Тому, зусилля з реформування і підвищення прозорості АМКУ важливі для підвищення ефективності контролю і зміцнення довіри громадськості та міжнародних інвесторів до українського ринку. Зміцнення антимонопольного законодавства та практики його застосування є важливим кроком на шляху до інтеграції України в світову економіку і забезпечення правил чесної конкуренції на внутрішньому ринку.

Інформаційні джерела

1. Про Антимонопольний комітет України: Закон України від 26.11.1993 року № 3659-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3659-12>
2. Турковський О. Я. Методи діяльності територіальних підрозділів Антимонопольного комітету України. Наук. зап. ЦУДПУ ім. В. Винниченка. 2019. Вип. 7. С. 127-132.
3. Шкляр С. В. Антимонопольний комітет України як суб'єкт контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції. Прикарпатський юридичний вісник. 2018. Вип. 1. С. 172-176.
4. Копайгора І. Д., Копайгора І. І. Принципи діяльності Антимонопольного комітету України. Вісник ХНУВС. 2021. № 4. С. 128-134.

УДК 338.23

DOI:10.5281/zenodo.11911194

К.С. Бершадська, здоб. ступ. PhD (ДБТУ, Харків)

ФІНАНСОВІ МЕХАНІЗМИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ КРАЇН СХІДНОЇ ЄВРОПИ У ПОСТКРИЗОВИЙ ПЕРІОД

Посткризовий період у Східній Європі є викликом і можливістю одночасно. Країни цього регіону стикаються з необхідністю відновлення економічного зростання після різних кризових подій, включаючи економічні рецесії, політичну нестабільність та пандемії. У цьому контексті фінансові механізми відіграють ключову роль у забезпеченні сталого економічного відновлення.

Серед основних фінансових механізмів економічного відновлення країн можна визначити, передусім, фіскальну політику як один з найважливіших інструментів економічного відновлення, грошово-кредитну політику (можливість застосування центральними банками стабілізаційних інструментів), міжнародну фінансову допомогу країнам Східної Європи (міжнародні фінансові організації, Міжнародний валютний фонд, Світовий банк), залучення прямих іноземних інвестицій (ПІІ).

Таблиця 1 – Основні фінансові механізми економічного відновлення країн

Механізм	Інструментарій	Характеристика
Фіскальна політика	Збільшення державних витратів	Інвестиції у інфраструктуру, освіту, охорону здоров'я можуть стимулювати економічне зростання
	Податкові стимули	Зниження податків для бізнесу та громадян може підвищити споживчий попит та інвестиції
	Державні програми підтримки	Соціальні програми та субсидії для найбільш уразливих верств населення допомагають зберегти соціальну стабільність
Грошово-кредитна політика	Зниження процентних ставок	Це робить кредити дешевшими і стимулює інвестиції
	Купівля державних облігацій (кількісне пом'якшення)	Допомагає забезпечити ліквідність фінансової системи
	Підтримка банківської системи	Надання кредитних ліній та інших форм підтримки банкам

Міжнародна фінансова допомога	Кредити і гранти	Допомагають покрити бюджетні дефіцити та інвестувати в стратегічні сектори економіки
	Технічна допомога	Допомагає впроваджувати реформи та покращувати управління економікою
Приватні інвестиції	Покращення інвестиційного клімату	Реформи, спрямовані на зниження бюрократичних перешкод, захист прав власності та розвиток інфраструктури
	Підтримка малого та середнього бізнесу	Спрощення доступу до фінансування та розвиток підприємницької екосистеми

Економічне відновлення країн Східної Європи у посткризовий період залежить від ефективного використання усього інструментарію фінансових механізмів. Фіскальна та грошово-кредитна політика, міжнародна фінансова допомога та залучення приватних інвестицій є ключовими інструментами, які можуть забезпечити стале зростання. Водночас, успіх цих зусиль буде залежати від здатності країн долати політичні та економічні виклики, а також адаптуватися до змін у глобальному середовищі.

Слід зазначити, що процеси економічного відновлення у Східній Європі постійно стикаються з кількома важливими викликами:

- політична нестабільність – може відлякувати інвесторів та ускладнювати реалізацію реформ;
- зовнішні загрози (шоки) – глобальні економічні кризи, зміни у зовнішній торгівлі, геополітичні конфлікти;
- внутрішні дисбаланси – високий рівень державного боргу, слабка банківська система, нерівність доходів.

З огляду на зазначене вважаємо за доцільне запровадження низки стабілізаційних заходів, а саме:

1. Розробка комплексних програм відновлення та інтеграція різних фінансових механізмів для створення синергії.

2. Покращення інвестиційного клімату, спрощення регуляторних процедур та забезпечення правової захищеності інвесторів.

3. Підвищення прозорості та ефективності управління, боротьба з корупцією та впровадження сучасних методів управління фінансами.

4. Посилення регіональної співпраці для розвитку інфраструктури та торгівлі.

УДК 330.341

DOI:10.5281/zenodo.11911440

Т.Ю. Білоусько, канд. екон. наук. доц. (ДБТУ, м. Харків)

С.М. Сукачова, канд. екон. наук. доц. (ДБТУ, м. Харків)

ЦИФРОВІЗАЦІЯ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ АГРОБІЗНЕСУ

Підприємство є відкритою соціально-економічною системою, що постійно перебуває під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів. Управління розвитком підприємства передбачає комплекс програм та дій, спрямованих на формування та розвиток потенціалу підприємства та досягнення стратегічних цілей підприємства. Відповідно, управління розвитком підприємства передбачає усунення внутрішніх та зовнішніх протиріч у його діяльності та якісні зміни, що стає можливим перш за все, завдяки управлінню знаннями, яке сприяє усуненню різних типів протиріч - економічних, інформаційних, структурних, організаційних, психологічних та соціальних [1].

Крім того, саме управління знаннями спирається на запровадження інноваційних методів у всіх сферах діяльності підприємства з метою підвищення ефективності виробництва, управління та конкурентоспроможності.

Інноваційна модель розвитку підприємств агробізнесу залежить, перш за все, від наявності та ефективності інноваційного потенціалу, розробки та запровадження інноваційної продукції, обсягів фінансування, інвестицій та готовності до цифрової трансформації бізнесу. Задля окреслення важливості цифрових технологій для розвитку підприємства в умовах мінливого зовнішнього середовища використовується категорія «цифрова стійкість», яка визначає здатність підприємства продовжувати функціонування та збалансовано розвиватися за допомогою цифрових технологій для одержання максимальних бізнес-результатів [2]. Відповідно, сьогодні підприємства агробізнесу обирають шлях цифровізації розвитку як єдину можливість відповідати умовам конкурентного середовища.

Управління розвитком підприємства на основі цифровізації дозволить: підвищити ефективність діяльності підприємства та продуктивність праці (запроваджуючи інноваційні технології та автоматизацію процесів), забезпечити більш ефективну аналітичну роботу (збільшив можливості аналізу даних), знизити витрати та збільшити дохід (в тому числі за рахунок виробництва нової продукції

та освоєння нових ринків), збільшити рівень безпеки (завдяки підвищенню рівня обізнаності та доступу до інформації).

Потрібно відмітити, що на шляху запровадження діяльності на основі цифровізації підприємства агробізнесу стикаються із різними проблемами – нестабільною мережею інтернету, неадаптованим програмним забезпеченням, відсутністю кваліфікованих спеціалістів як в галузі інформаційних технологій, так і в галузі інноваційного аграрного виробництва (оператори агродронів, механіки – наладчики систем гідропоніки, автоматичного посіву, збору урожаю тощо).

Крім того, управління розвитком підприємств агробізнесу повинно передбачати оптимальне поєднання усіх трьох складових сталого розвитку: економічної, екологічної та соціальної. І якщо економічна складова була й є пріоритетом розвитку підприємств вже довгий час, то визначення екологічної та соціальної складової в якості пріоритетів є ознакою часу та сучасних трендів в виробництві якісної продукції, забезпеченні її екологічності, збереження біорізноманіття, запровадженні біотехнологій, здійснення соціально відповідального бізнесу та дбайливого ставлення до навколишнього середовища.

Окреслюючи проблеми, що стоять перед підприємствами агробізнесу ми повинні зазначити й руйнівні наслідки військового конфлікту – забруднені ґрунти, повітря, воду, знищені ферми, техніку, міграцію людей, які також потрібно долати.

Таким чином, ми можемо зазначити, що сьогодні Україна знаходиться в складних економічних умовах внаслідок широкомасштабного вторгнення, тому для своєчасної стабілізації економічного стану та повоєнної відбудови країни потрібно зробити «цифровий стрибок» у стратегічних сферах економіки, тобто перейти на новий рівень розвитку, міняючи проміжні стадії та кілька поколінь технологій, почавши відразу запроваджувати сучасні системи управління розвитком підприємства на цифровій основі.

Інформаційні джерела

1. Мартиненко М. В. Управління розвитком підприємства в умовах інноваційної знанієорієнтованої економіки. *Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. Серія «Економічна»*, 2018. Вип. 94. С.36-46.

2. Білоусько Т. Ю., Мільман Л.М., Білоусько Р.С. Цифрова економіка - новий тренд економічного розвитку України. *Ефективна економіка*. 2022. №12. doi: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.12.50>

УДК 330.131.7

DOI:10.5281/zenodo.11912154

І.І. Божидай, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)
Л.Ю. Саніна, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)
Д.Є. Мельников, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА ЗА УМОВ ДИНАМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

Управління – це вплив, який компанія та її співробітники мають на своїх співробітників для досягнення поставлених перед ними цілей. Вона заснована, з одного боку, на багатьох областях знань: економіці, політології, соціології, психології, інженерній справі, статистиці і т.д., а з іншого – на безпосередньому узагальненні досвіду управління різними підприємствами, організаціями та артільми за довгу історію людської діяльності.

Ризик – це явище, яке охоплює всі господарюючі суб'єкти, що працюють в ринкових умовах. Здатність ефективно впливати на ризики дозволяє компаніям досягати успіху в умовах глобалізації і зберігати фінансову стабільність, прибутковість і конкурентоспроможність. Тому питання розробки комплексного підходу до управління ризиками стає все більш актуальним в сучасного жорсткого бізнесу. Оскільки ризик суттєво впливає на показники господарської діяльності підприємства, необхідно створити механізм управління ризиками.

Управління ризиками – це теоретичне обґрунтування розробки комплексного підходу до управління ризиками підприємства та науково-методичні рекомендації щодо його застосування.

Багатогранній проблемі корпоративного управління ризиками присвячені роботи таких відомих дослідників : А. Маршалл, Дж. М. Кейнс, Ф. Найтта інших вчених. Однак, враховуючи складний характер проблем управління ризиками, вони продовжують залишатися предметом різних наукових досліджень.

Вчені-економісти трактують ризик, який застосовується до господарської діяльності підприємства (організації) [1]:

- невизначеність отримання доходів та виникнення витрат;
- ймовірність зазнати збитків чи упустити вигоду;
- можливість позитивного або негативного відхилення від планових показників у процесі господарської діяльності;
- втрати фінансових, матеріальних або трудових ресурсів в результаті реалізації узгодженого плану дій; погроза, небезпека;

– небезпеки або випадковості, які мають неминучий характер і є причинами збитків.

Такі концепції ризику не суперечать одна одній, а лише охоплюють їх зміст і доповнюють одна одну, але суть ризику полягає в захисній, стимулюючій, соціально-економічній функціях.

Найнебезпечніший ризик для компаній – це ризик банкрутства. Банкрутством вважаємо визнання банкрутом боржника (організації або громадянина) державним органом, уповноваженим на виконання вимог кредиторів і (або) обов'язкових державних платежів.

Таким чином, управління ризиками – це діяльність, спрямована на визначення способів і можливостей зменшення або компенсації шкоди, завданої об'єкту в разі виникнення несприятливих подій, забезпечення стабільності об'єкта або системи і здатності протистояти несприятливим ситуаціям.

Збалансована стратегія управління ризиками в процесі стратегічного розвитку бізнесу заснована на підході, адаптованому до ризик-позиції компанії. Це властиво бізнес-операціям із середнім рівнем ризику і засноване на збалансованій ризиковій позиції бізнесу, якщо виконуються тільки ті операції, при яких збільшення ризику компенсується сприятливими змінами прибутковості.

Управління ризиками базується на таких загальних принципах управління як: принцип системного підходу, оптимальності управління, ефективності управління, регламентації, формалізації, матеріального і морального стимулювання. До спеціальних принципів управління ризиками можна віднести: принцип інформативності, прогнозованості, документування, інтеграції та принцип лояльного ставлення до ризиків [2].

Таким чином, комплексне управління ризиками дозволяє враховувати внутрішні та зовнішні фактори в діяльності підприємства, визначати шляхи забезпечення стійкості господарюючого суб'єкта, його здатність протистояти несприятливим ситуаціям в умовах конкуренції.

Інформаційні джерела

1. Вітлінський В. В., Верченко П. І. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком. Київ: КНЕУ, 2000. 292 с.
2. Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків: навч. посіб.: Л. І. Донець, О. В. Шепеленко, С. М. Баранцева та ін. – Київ: ЦУЛ, 2002. 457 с.

УДК 338.439.5

DOI:10.5281/zenodo.11912444

О.В. Бокій, канд. екон. наук, ст. наук. співр. (ІПП НААН, Київ)

ВДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИКИ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ УКРАЇНИ ТА АСОЦІАЦІЇ З ЄС

Аграрний сектор на сьогодні є потужною складовою національної економіки. Адже лише сільське господарство України забезпечує більше 10% валового національного продукту. Реалізація продукції харчової промисловості у 2023 році сягала 40% переробної і 22% - промисловості в цілому [1]. За експортним потенціалом продукція аграрного сектора забезпечує більше половини експортних надходжень країни.

На шляху до асоціації з Європейським Союзом аграрний бізнес, державні та недержавні інституції активно приймають участь у реалізації відповідних положень Угоди. Адже гармонізація нормативно-правового забезпечення, інституційні зміни сприяють підвищенню ефективності діяльності продовольчого сектора, полегшенню роботи бізнесу та активізації зовнішньої торгівлі продовольством. Продукція може бути реалізована на європейському ринку за умови її безпечності та якості, що підтверджується сертифікацією продукції. За наявності європейських сертифікатів, продукція може бути реалізована і в інших країнах світу.

Виконання положень Угоди щодо транспорту і транспортної інфраструктури станом на 2024 рік відповідає 56%, і це найгірший показник серед усіх напрямів. Найбільш значне відставання плану виконання Угоди щодо транспортної галузі – у сфері регуляторної бази щодо рівноправного доступу до залізничної інфраструктури (20%), реконструкції ПАТ «Укрзалізниця» відповідно до законодавства ЄС (30%), підвищення якості послуг залізничних перевезень пасажирів (30%). Лише на 50% виконано зобов'язання щодо облаштування залізничних пунктів пропуску на кордоні з Європейським Союзом, що може суттєво покращити рух вантажів, на 20% розроблено регуляторну базу щодо перевірки на придатність до експлуатації автомобільних транспортних засобів. Потребує вдосконалення нормативно-правова база щодо контролю за обміном інформацією і застосуванням санкцій. На відміну від транспортної інфраструктури, у сфері підприємництва і технічних бар'єрів у торгівлі досягнуто 89% прогресу виконання Угоди про Асоціацію, науки, технологій та інновацій – 68%. У сфері митних

питань, які впливають на стан експорту продовольства – також найменший (після транспортної інфраструктури) прогрес виконання Угоди – 61%. Зокрема, від 2018 року не приведено у відповідність до права ЄС термінологію у митній сфері, не визначено правила розрахунку суми мита [2].

Позитивним чинником є перехід України на європейську систему сертифікації продовольчої продукції від 2024 року за допомогою системи TRACES NT, що значно спростить експортні і транзитні процедури.

Торговельні бар'єри з ЄС, окрім транспортної інфраструктури, проявляються у квотуванні експорту української продовольчої продукції. Особливо чутливе для України квотування сільськогосподарських виробів – м'ясопродуктів, зернових культур, меду. У 2022-2023 рр. Україна, втратила можливість експорту зернових морським шляхом через війну, продукція частково експортувалася завдяки узгодженому морському «зерновому коридору». Було задіяно альтернативні шляхи постачання зерна залізницею, що призвело до ускладнення взаємовідносин з транзитними країнами-сусідами – Польщею, Румунією, Угорщиною. Уряди Польщі та Угорщини у 2023 році тимчасово заборонили транзитний імпорт зерна та іншої продовольчої продукції з України, включно з медом. Мали місце випадки, коли дешеве зерно, яке мало реекспортуватися до Єгипту, скупали польські компанії для продажу на місцевому ринку. Як результат, суттєво зменшилися ціни на продукцію і фермери зазнали збитків. Лише через Польщу щомісяця поставлялося 500-700 тис. т продукції, включаючи м'ясо, зернові, цукор, олію [3].

Якщо у 2021 р. було експортовано аграрної продукції на 35,4 млрд дол. США, у воєнному 2022 р. – на 20,0 млрд дол. США. Водночас залізничним транспортом було експортовано 8,0 млн т аграрної продукції (у 4 рази більше ніж у 2021 р.), автомобільним – 4,0 млн т, у 10 разів більше. За довоєнний період дві третини зовнішнього товарообігу продовольчої продукції здійснювалося морем.

Водночас завдяки альтернативним «коридорам солідарності» через Східну Європу, за два роки війни вдалося експортувати на європейські і світові ринки продукцію, що забезпечило надходжень до бюджету України на суму до 50 млрд Євро. Із неї половина – аграрна [4].

Від серпня 2022 р. почала діяти «зернова угода», яку було укладено ООН за участю України, Росії і Туреччини (узгоджений морський коридор). Росія вийшла з зернової угоди у липні 2023 р.

Незважаючи на значні обсяги перевезення продукції, її експорт майже не вплинув на внутрішню цінову кон'юнктуру.

Також утруднена логістика постачання зарубіжного устаткування, якого потребує продовольчий сектор України, недостатня цифровізація технологічних процесів, особливо у сільській місцевості.

На внутрішньому ринку, через повномасштабне вторгнення російської федерації, суттєво ускладнилася логістика постачання сировини та готової харчової продукції, вимушено зменшилися відстані постачання продовольства. Ріст цін на енергоносії, транспортування й зберігання призвів до істотного зростання частки логістичних витрат у ціні продукції. Для прикладу, у собівартості хліба вперше вартість логістики перевищила вартість сировини, що призвело до зростання цін на готову продукцію.

Висновки. Диверсифікація логістичних шляхів постачання продовольчої продукції, інвестиції в місцеву інфраструктуру і логістику, будівництво інноваційних складів і терміналів для зберігання та транспортування продукції на внутрішній і зовнішній ринок сприятимуть подоланню продовольчої кризи в Україні, стабілізації постачання національного продовольства до країн Європи і світу.

Для подолання сучасних викликів і реалізації можливостей продовольчого сектора на шляху до Асоціації з Європейським Союзом необхідно впроваджувати інноваційні рішення щодо транспортно-складської інфраструктури із залученням інвестицій, забезпечити виконання положень Угоди про Асоціацію України з ЄС, особливо в частині нормативно-правового забезпечення, стану доріг і рухомого складу, митних питань, із залученням відповідних джерел фінансування.

Інформаційні джерела

1. Державна служба статистики України. www.ukrstat.gov.ua.
2. Пульс Угоди. <https://pulse.kmu.gov.ua/><https://pulse.kmu.gov.ua/>.
3. Польща і Угорщина заборонили імпорт українського зерна. <https://www.bbc.com/ukrainian/news-65291408>.
4. Deux ans de corridors de solidarité ont rapproché l'UE, l'Ukraine et la Moldavie. Daily News. 22.05.2024. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/mex_24_2743https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/mex_24_2743.

УДК 336.7.377

DOI:10.5281/zenodo.11912602

О.В. Борисюк, канд. екон. наук (*ВНУ ім. Лесі Українки, Луцьк*)

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ СТРАХОВИКІВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

У сучасних умовах цифрової трансформації економіки та суспільства, страхові компанії стикаються з новими викликами та можливостями, що суттєво впливає на управління фінансовими ризиками. Цифровізація змінює очікування клієнтів щодо швидкості та якості обслуговування. Страхові компанії, що впроваджують цифрові рішення, здатні краще задовольнити ці очікування, що позитивно впливає на їх репутацію та ринкову позицію. Цифровізація змінює традиційні бізнес-моделі, впроваджуючи нові технології, такі як великі дані, штучний інтелект, блокчейн та інтернет речей (IoT), які стають ключовими інструментами для оцінки та управління ризиками. Однак, поряд з цими перевагами, цифровізація приносить і нові ризики, такі як кіберзагрози, які потребують нових підходів до їх ідентифікації, оцінки та управління.

Використання аналітики даних дозволяє страховим компаніям здійснювати більш точну оцінку фінансових ризиків та прогнозувати їх наслідки. Важливо мати системи для збору, обробки та аналізу великих обсягів даних з метою прийняття обґрунтованих фінансових рішень.

Умови цифровізації можуть створити нові фінансові ризики для страхових компаній. Важливо розробляти стратегії управління ризиками, проводити моделювання можливих сценаріїв та розробляти плани невдоволення ризиками.

Використання фінтех-технологій відкриває нові можливості для інвестицій, але також збільшує фінансові ризики. Страховики повинні постійно моніторити фінансові ринки та адаптувати свої інвестиційні стратегії, щоб мінімізувати ризики та забезпечити стабільний фінансовий результат [1, с.132].

Основні аспекти проблеми управління фінансовими ризиками страховиків в умовах цифровізації включають:

1. Зростання кіберризиків: Збільшення кількості кібератак та інших кіберзагроз вимагає від страхових компаній розробки ефективних механізмів захисту даних та інформаційних систем. Недостатній рівень кібербезпеки може призвести до значних фінансових втрат та зниження довіри клієнтів [2, с.267].

2. Адаптація до нових регуляторних вимог: Цифровізація вимагає постійного моніторингу та адаптації до змін у законодавстві, що регулює використання цифрових технологій, захист даних та фінансових операцій. Страховики повинні забезпечувати відповідність цим вимогам, щоб уникнути юридичних ризиків та штрафів [3, с.125].

3. Інтеграція нових технологій: Використання великих даних, штучного інтелекту та блокчейну може значно підвищити ефективність управління фінансовими ризиками. Однак, впровадження цих технологій потребує значних інвестицій та зміни внутрішніх процесів, що може створювати додаткові фінансові та операційні ризики [4].

4. Персоналізація страхових продуктів: Цифрові технології дозволяють створювати індивідуальні страхові продукти, які краще відповідають потребам клієнтів. Це підвищує задоволеність клієнтів, але також вимагає точного аналізу даних та ефективного управління ризиками, пов'язаними з новими продуктами [5].

5. Конкуренція з фінтех-компаніями: Зростання фінтех-сектора створює додатковий тиск на традиційні страхові компанії, змушуючи їх швидше адаптуватися до змін та впроваджувати інновації. Конкуренція з фінтех-компаніями може призвести до зниження маржі прибутку та збільшення фінансових ризиків.

Управління фінансовими ризиками в умовах цифровізації вимагає комплексного підходу, який включає впровадження сучасних технологій, посилення кібербезпеки, адаптацію до регуляторних вимог та інноваційні підходи до створення страхових продуктів. Страхові компанії, які успішно інтегрують ці елементи, зможуть підвищити свою конкурентоспроможність, знизити ризики та забезпечити стабільний розвиток в умовах цифровізації.

Інформаційні джерела

1. Борисюк О. В. Дистрибуція страхових продуктів як важливий елемент страхового менеджменту. *Економічний часопис СХУ імені Лесі Українки*. Випуск №2(14), 2018. С.131-137.

2. Борисюк О. В. Пріоритети розвитку інтернет-страхування в умовах фінансових викликів. *Інфраструктура ринку*. Випуск 27, 2019 с. 266-270.

3. Волосович С. В., Фоміна О. В. Технологічні інновації на страховому ринку. *Вісник КНЕУ*. 2018. №5. С. 124-137.

4. Канал продажів - це ... Визначення поняття, види, аналіз ефективності. URL: <https://uk.campwalblog.com/4307464-the-sales-channel-is-...-definition-of-the-concept-types-analysis-of-efficiency>.

5. Які технології стануть ключовими для сфери страхування в майбутньому. *Insurance TOP. Науковий журнал*. 2021. № 7 (83). URL: https://forinsurer.com/insurancetop_83.

УДК 330.338.2

DOI:10.5281/zenodo.11912670

С.М. Бортнік, канд. екон. наук., доц. (ВНУ ім. Л. Українки, Луцьк)
О.І. Бурець, здоб. ОС «бакалавр» (ВНУ ім. Л. Українки, Луцьк)

ВІДНОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА ПІСЛЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПОТЯСІНЬ: ДОСВІД ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН

Сьогодні розвиток підприємництва в Україні перебуває в критичному становищі внаслідок повномасштабної війни, економічної кризи та соціальних проблем розвитку держави. Однак, як відомо, підприємництво відіграє ключову роль у формуванні економічного добробуту країни, будучи рушієм її економічного розвитку, оскільки підприємці створюють нові робочі місця, сприяють інноваціям та піднімають рівень конкурентоспроможності національної економіки. Реалізація їхніх ідей та проєктів не лише забезпечують зростання виробництва та надання послуг, але й сприяють підвищенню рівня життя громадян через створення нових можливостей для зайнятості та покращення якості життя населення країни.

Важливо враховувати, що підприємництво також сприяє соціальному розвитку країни. Підприємці часто виступають як благодійники, спонсори культурних та освітніх проєктів, що сприяє формуванню сталої соціальної та культурної інфраструктури. Загальновідомо, що розквіт підприємництва може залежати від багатьох зовнішніх і внутрішніх факторів, але основою є умови його функціонування та соціально-економічне зростання країни. Отже, першочерговим завданням України має бути створення сприятливих умов соціально орієнтованого характеру з урахуванням загальнодержавних та регіональних інтересів [2, с. 45], а також досвіду розвинутих країн світу. Звернення до зарубіжного досвіду дозволяє розширити горизонти та поглибити розуміння сучасних реалій та розвитку міжнародного ринку. Вивчення того, як успішні компанії функціонують у різних країнах, допоможе адаптувати вітчизняне підприємництво до розвитку у міжнародному масштабі та підготувати бізнес до реалій функціонування в умовах євроінтеграції.

Аналізуючи воєнну економіку та взаємозв'язки між військовими витратами та економічним зростанням, виявили другорядність витрат на створення робочих місць та організація інноваційних промислових технологій, внаслідок важливості підвищення обороноздатності держави [1, с. 2-3]. Якщо поглянути на інвестиції в середньостроковій

перспективі, то можливості, виклики та ризики впливають із цифровізації та необхідності екологізації економіки. Розуміння наслідків цього процесу подвійної трансформації має вирішальне значення з огляду на важливу роль інвестицій як рушійної сили ділового циклу та визначального фактора виробничого потенціалу економіки та розвитку підприємництва загалом.

Неможливо обійти той факт, що пандемія COVID-19 та війна в Україні негативно вплинули на макроекономічне середовище в Європі. Ключові економічні показники, включаючи інфляцію, ціни на енергоносії та відсоткові ставки, перевищують довгострокові середні показники. І хоча щорічне зростання ВВП у Європі було високим протягом останніх кількох років, очікується, що у 2023 р. він знизиться лише до 0,4 % у еврозоні та ще менше у Південній Європі та Великій Британії. Прогнозується, що лише скандинавські країни та Східна Європа побачать краще зростання.

Проте, незважаючи на те, що доходи та прибуток компаній значно впали під час пандемії, у наступні роки вони здебільшого відновилися до значно вищого рівня, що був до пандемії. І вони продовжували зростати до третього кварталу 2022 р. майже в усіх галузях, хоча останнім часом темпи зростання дещо сповільнилися. Коефіцієнти власного капіталу наразі перевищують історичні рівні, а грошові рахунки значно зросли під час пандемії, що підтримується державними програмами та зусиллями компаній щодо збереження грошових коштів та зниження витрат.

Щоб детальніше зрозуміти виклики, з якими стикаються європейські компанії, ми проаналізуємо декілька ключових секторів за трьома життєво важливими фінансовими показниками: прибутковість; платоспроможність та фінансова стабільність. Результати показують, які сектори були більш успішними, ніж інші, у подоланні минулих викликів, з якими стикався бізнес по всій Європі. І вони свідчать про те, наскільки добре вони підготовлені до процвітання в майбутньому.

Загалом ті сектори, які забезпечують основні ресурси для промислового виробництва, виявилися найбільш успішними у протистоянні економічним викликам під час та після пандемії:

– Метали та гірничодобувна промисловість: скориставшись зростаючим попитом на метали та мінерали, а також зростанням цін через обмежену пропозицію в недалекому минулому, цей сектор отримав високі показники за всіма параметрами.

– Хімічна промисловість. Цей сектор посів друге місце за всіма показниками завдяки широкому попиту на його продукцію. Однак зростання цін на енергоносії може ускладнити його розвиток у найближчі роки.

– Енергія: завдяки нещодавньому обмеженню пропозиції та зростанню цін виробники цього сектору мають високу прибутковість, але фінансова стабільність залишається проблемою.

Незважаючи на те, що гірничодобувна і хімічна промисловість, показали хороші результати за останні кілька років, їх подальший успіх сильно залежить від економічного розвитку. Рецесія, що насувається, і зростання вартості енергоносіїв можуть створити серйозні проблеми, якщо попит значно знизиться. Виробничі витрати зростають через інфляцію, яка впливає на всіх гравців сектору, особливо на постачальників. Своєю чергою розвиток автомобілебудування та машинобудування сприяло формуванню експортно-орієнтованій політиці. Німеччина активно сприяла експорту своїх товарів на зовнішні ринки, що включало зниження митних бар'єрів, рекламну кампанію «Made in Germany» та підтримку експортних підприємств. Зосередження на експорті дало змогу Німеччині залучити валюту та отримати необхідні ресурси для відновлення економіки [1, с. 7]. Сінгапур створив сприятливе інвестиційне середовище шляхом зниження податків, введення легких умов для створення підприємств та спрощення бюрократичних процедур. Країна надала іноземним інвесторам різні стимули, включаючи пільги та допомогу у відкритті бізнесу, що відобразилось на рейтингах економічної свободи й Doing Business [1, с. 4].

Жоден сектор не є повністю вільним від нинішніх складних економічних умов. Кожна компанія може отримати вигоду від узгоджених і ретельно спланованих зусиль, спрямованих на збереження структури витрат і підготовку до використання можливостей зростання.

Отже, приходимо до висновку, що функціонування підприємництва та його подальші перспективи розвитку залежать, головним чином, від формування сприятливих як внутрішніх так і зовнішніх умов, у тому числі у міжнародному контексті. Загалом, досвід Європейських країн показує, що важливою складовою успішного відновлення підприємництва є комплексний підхід, який поєднує фінансову підтримку, стимулювання інновацій, сприятливу податкову політику та співпрацю між різними секторами економіки.

Інформаційні джерела

1. Дука А. П., Старченко Г. В. Світовий досвід повосного відновлення економіки: уроки для України. *Проблема сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2022. № 6. С. 1–11.

2. Якушева О.В. Економічний розвиток і підтримка малого та середнього бізнесу на регіональному рівні : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.05. Черкаси, 2017. 288 с.

УДК 658.15:005.334:339

DOI:10.5281/zenodo.11912717

Р.М. Бугріменко, д-р екон. наук., проф. (ДБТУ, Харків)

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Фінансові ризики становлять серйозну загрозу для стабільності та успішності будь-якого підприємства. В умовах постійних змін на ринку, глобалізації економіки та посилення конкуренції, управління цими ризиками стає важливішим, ніж будь коли раніше.

Одним з ключових аспектів управління фінансовими ризиками є інтеграція підприємства до міжнародних ринків, зокрема ринків Європейського союзу. Це надає нові можливості для розвитку, але також супроводжується значними фінансовими викликами.

Актуальність дослідження управління фінансовими ризиками підприємства у контексті виходу на ринки Євросоюзу визначається кількома факторами:

1) Глобальна економіка, що постійно зазнає змін, таких як економічні кризи, рецесії, зростання або зменшення обсягів виробництва та споживання. Ці зміни в економічному середовищі можуть призвести до нестабільності на фінансових ринках, що може негативно вплинути на фінансовий стан підприємств.

2) Нестабільність фінансових ринків. Постійні зміни в глобальній економіці, політичній ситуації та інших факторах призводять до зростання нестабільності фінансових ринків, що підвищує ризик для підприємств.

Наприклад, зростання геополітичної напруги може призвести до зменшення інвестицій та зростання ризику для підприємств. Швидкий темп технологічного розвитку може призвести до змін у структурі економіки, а також до появи нових видів ризиків для підприємств. Розвиток цифрових технологій може призвести до змін в способах взаємодії з клієнтами.

3) Потреба в ефективному управлінні ризиками. Підприємства потребують ефективних стратегій управління ризиками для зменшення їх впливу на фінансовий стан і результативність діяльності.

Ефективне управління ризиками дозволяє підприємствам зберігати фінансову стабільність навіть в умовах несприятливих зовнішніх умов, знижати фінансові втрати, забезпечувати стійкий розвиток, планувати свою діяльність, інвестувати в розвиток та розширення бізнесу, а також забезпечувати стабільний потік прибутку в майбутньому.

4) Підвищення конкуренції. На міжнародних ринках конкуренція стає ще більшою, і підприємства повинні мати ефективні стратегії управління ризиками, щоб залишатися конкурентоспроможними. Зменшення фінансових ризиків дозволяє підприємствам зосередитися на своїх стратегічних цілях і забезпечити більшу стабільність та результативність у своїй діяльності.

Вихід на ринки Європейського союзу відкриває перед підприємствами широкі можливості для розвитку і розширення бізнесу. Однак цей процес також супроводжується значними фінансовими ризиками, які вимагають компетентного управління. Управління фінансовими ризиками вимагає комплексного підходу та використання різноманітних інструментів. Розглянемо більш детально валютний, процентний ризик та ризик ліквідності.

Один з основних фінансових ризиків, з якими стикаються підприємства при виході на ринки Євросоюзу, - це валютний ризик. Оскільки країни ЄС використовують євро як основну валюту, підприємства, що здійснюють операції в цих країнах, піддаються валютному ризику через коливання курсу євро. Для управління цим ризиком підприємства можуть використовувати різні інструменти, такі як валютні форварди, опціони на валюту, а також валютні коридори.

Ще одним важливим фінансовим ризиком є процентний ризик. При виході на ринки Євросоюзу підприємства часто залежать від зовнішнього фінансування, яке може бути пов'язане зі змінами в процентних ставках. Для зменшення цього ризику підприємства можуть використовувати інструменти фінансового забезпечення, такі як фінансові свопи або форвардні угоди з процентними ставками.

Крім того, при виході на ринки Євросоюзу підприємства стикаються з ризиком ліквідності. Перехід на нові ринки може призвести до збільшення витрат і зменшення прибутку, що може вплинути на ліквідність підприємства. Для управління цим ризиком підприємства можуть розробляти стратегії фінансового планування, збільшувати свої резерви ліквідності та використовувати інші фінансові інструменти.

Отже, управління фінансовими ризиками є важливим аспектом стратегії виходу на ринки Євросоюзу для підприємств. Ефективне управління цими ризиками дозволяє підприємствам зменшити вплив негативних факторів на їх фінансовий стан і забезпечити стабільність діяльності в нових умовах. Для досягнення цієї мети підприємства повинні розробляти комплексні стратегії управління ризиками, використовуючи різноманітні фінансові інструменти та інноваційні підходи в умовах сучасного глобального бізнес-середовища.

УДК 339. 9

DOI:10.5281/zenodo.11912744

К.Ю. Величко, канд. екон. наук., доц. (ДБТУ, Харків)

А.В. Бурлаков, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ

Формування міжнародної стратегії підприємства у сучасних умовах, які характеризуються глобальними змінами, є важливою складовою успішної бізнес-діяльності в умовах євроінтеграційного спрямування.

Взагалі, міжнародна стратегія підприємства є узагальненим планом дій, спрямованим на досягнення його міжнародних цілей, при цьому його ключовою метою як суб'єкту бізнесу є одержання прибутку. В наукових джерелах виділяється три основні групи стратегій інтернаціоналізації [1], які можна класифікувати за стратегічними цілями, конфігурацією бізнесу (концентрація, диверсифікація), швидкістю виходу на міжнародні ринки, рівнем контролю, за участю, ризиком і гнучкістю, а також можливостями здобуття знань і досвіду в міжнародній діяльності. До таких стратегій відносять (рис.1):



Рисунок 1. Основні міжнародні стратегії підприємства (побудовано на основі 2)

Сьогодні найбільшим глобальним викликом, який впливає на діяльність підприємств на міжнародному ринку в цілому, та у тому числі на вибір міжнародної стратегії є нестабільність зовнішнього середовища. Нестабільність включає в себе різні аспекти, такі як політична нестабільність, економічні кризи, соціокультурні зміни, технологічні трансформації, а також природні катастрофи та ін. Зарубіжні фахівці виділяють такі ключові глобальні тренди, які впливають на діяльність підприємств на міжнародних ринках та вимагає адаптації або коригування міжнародних стратегій:

по-перше, *суттєві зміни на ринку праці та перетворення характеру самої праці*. Так, у країнах ЄС спостерігається рекордно високий рівень зайнятості, проте середня кількість годин роботи, що припадає на одного робітника зменшилась. Ця тенденція стала результатом впливу підвищених соціальних стандартів та рівня життя населення [2]. Крім того, прискорення процесів цифровізації суттєво вплинули на пропозицію робочої сили та структуру зайнятості. Подібно до інших технологічних революцій, революція в галузі штучного інтелекту призводить до знищення деяких робочих місць і формування нових. За прогнозами експертів, до 2030р. близько 375 млн. осіб у всьому світі можуть змінити професію або стати безробітними внаслідок швидкого розвитку сучасних технологій. Наприклад, референти та оператори колл-центрів ризикують втратити роботу, якщо не перекваліфікуються або не змінять свою спеціалізацію.

по-друге, *зміни на глобальному енергетичному ринку, які сьогодні є предметом дослідження та обговорень у зв'язку з низкою фундаментальних та актуальних тенденцій*. Однією з таких тенденцій є посилення переходу до використання відновлювальних джерел енергії, що вкладається у концепцію Сталого розвитку. Розширення виробництва електроенергії з сонячних, вітрових та інших відновлювальних джерел зростає ще завдяки технологічним інноваціям, сприяючи таким чином зменшенню викидів парникових газів та залежності від традиційних джерел енергії.

Крім того, впровадження цифрових технологій у виробництво, передачу та споживання енергії сприяє оптимізації процесів, підвищенню енергоефективності та підтримці розвитку розумних мереж (smart grids). Також варто відзначити зміни в геополітичному контексті енергетичного ринку, зокрема збільшення ролі альтернативних енергетичних джерел у стратегічному плануванні країн та міжнародних спільнот.

По-третє, *поглиблення геополітичних розбіжностей і фрагментація глобальної економіки на ворожі блоки*. Поступове переналаштування ланцюжків поставок країн у відповідності до нових стратегічних цілей спричиняє зростання рівня протекціонізму на світовому ринку. За останнє десятиліття спостерігалось десятиразове збільшення торговельних обмежень, а також активне впровадження промислової політики, спрямованої на відродження та підтримку 30 стратегічних галузей промисловості. Хоча ці тенденції ще не вилилися в повну деглобалізацію, наявні докази свідчать про зміну у моделях міжнародної торгівлі та зростання захисту національних економік [3].

Взаємодія з зовнішнім середовищем для бізнесу передбачає систематичний аналіз ринкової ситуації, змін у цільових аудиторіях та споживчих уподобаннях, а також оцінку конкурентів і партнерів компанії. Розширення діяльності на зовнішні ринки передбачає розробку додаткових стратегій, які відрізняються від підходів компаній, що працюють тільки на внутрішніх ринках. Основні і додаткові елементи стратегії утворюють комплекс стратегічних варіантів і інструментів, що складають міжнародну стратегію підприємства. Застосовуючи цей підхід до розробки стратегій виходу на міжнародні ринки, компанії можуть чітко визначити своє місце в глобальному бізнес-середовищі і ефективно спланувати свої дії.

Таким чином, одним з ключових аспектів, які виникають в контексті нестабільного зовнішнього середовища, є потреба в гнучкості і швидкій реакції на зміни. Підприємства, що діють на міжнародному ринку, повинні мати здатність адаптуватися до нових умов швидко і ефективно, включаючи перегляд міжнародних стратегій та адаптацію бізнес-моделей. Також важливою стає уміння ефективно керувати ризиками, що виникають в умовах нестабільності, і враховувати їх при прийнятті стратегічних рішень.

Інформаційні джерела

1. Давидова І.О., Величко К. Ю., Печенка О.І. Транснаціональні корпорації: навч. посіб. 2018. Харків: Видавництво «Форт», 175 с.

3. Величко К., Тимохова Г., Євтушенко Г. Міжнародні бізнес-стратегії цифрової трансформації в умовах «Суспільства 5.0». *Економіка та суспільство*, 2023. (50). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-69>

4. WIPO, 2022. 266p. 3. *Policymaking in an age of shifts and breaks*. European Central Bank. URL: <https://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2023/html/ecb.sp230825~77711105fen.html>.

УДК 339.9:658:338.24(477)

DOI:10.5281/zenodo.11912768

В.А. Гросул, д-р екон. наук, проф. (ДБТУ, Харків)

С.О. Зубков, д-р екон. наук, проф. (ДБТУ, Харків)

ВИКЛИКИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ДЛЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Європейська інтеграція відкриває нові можливості для українських підприємств, але водночас ставить перед ними низку викликів.

1. Адаптація до європейських стандартів. Одним з найбільших викликів для українського бізнесу є необхідність адаптації до європейських стандартів якості та безпеки продукції. Наприклад, харчова промисловість повинна відповідати стандартам НАССР (Hazard Analysis and Critical Control Points), що передбачає серйозні зміни в процесах виробництва та контролю якості. Це включає модернізацію обладнання, впровадження нових технологій та навчання персоналу.

Українська компанія "Roshen" змогла успішно пройти сертифікацію за стандартами НАССР, що дозволило їй розширити ринки збуту в Європі та збільшити обсяги експорту. Цей крок також сприяв покращенню репутації бренду на міжнародній арені.

2. Законодавчі зміни. Українське законодавство поступово гармонізується з європейським, що часто вимагає від підприємств значних інвестицій у модернізацію виробництва та зміну бізнес-процесів. Це може бути особливо складним для малих і середніх підприємств (МСП), які не завжди мають достатньо ресурсів.

Компанія "Нібулон", яка займається аграрним бізнесом, вклала значні кошти у модернізацію своїх елеваторів та транспортної інфраструктури, щоб відповідати європейським екологічним стандартам та вимогам до якості продукції. Це дозволило їм значно підвищити ефективність логістичних операцій та зменшити втрати продукції.

3. Конкуренція з європейськими компаніями. З відкриттям європейського ринку українські компанії стикаються з посиленою конкуренцією з боку європейських фірм, які часто мають більший досвід, кращі технології та більші фінансові ресурси. Це стимулює українські підприємства до впровадження інновацій та підвищення якості продукції.

Компанія "Миронівський хлібопродукт" (МХП), виробник курячого м'яса, розробила стратегію виходу на європейський ринок,

вкладаючи кошти в розвиток бренду та покращення якості продукції. Це дозволило їй стати конкурентоспроможною на ринку ЄС та збільшити частку експорту.

4. Фінансові та інвестиційні виклики. Процес інтеграції вимагає значних фінансових ресурсів. Українські компанії часто стикаються з труднощами у залученні інвестицій для модернізації виробництва та розширення бізнесу. Однак, співпраця з європейськими фінансовими інституціями та програмами підтримки може допомогти подолати ці бар'єри.

"Нафтогаз України" залучив міжнародні інвестиції для модернізації своїх газових мереж та підвищення енергоефективності, що дозволило компанії підвищити свою конкурентоспроможність на європейському ринку. Це також сприяло зниженню залежності України від імпортованих енергоресурсів.

5. Підготовка кадрів. Європейські стандарти вимагають висококваліфікованих кадрів, які володіють сучасними знаннями та навичками. Це ставить перед бізнесом задачу щодо навчання та перепідготовки персоналу. Важливою частиною цього процесу є співпраця з освітніми установами та залучення фахівців з Європи.

ІТ-компанія "SoftServe" активно інвестує в освіту та тренінги для своїх співробітників, співпрацює з європейськими університетами та проводить стажування для студентів, що дозволяє їм бути на передовій технологічних змін. Завдяки цьому компанія зберігає високу конкурентоспроможність та інноваційність.

6. Логістичні виклики. Інтеграція до європейських ринків вимагає ефективної логістики та транспортної інфраструктури. Українським компаніям необхідно забезпечити швидку та надійну доставку продукції до європейських споживачів.

Компанія "Нова Пошта" розширила свою логістичну мережу, включивши європейські напрямки. Це дозволило українським підприємствам зручніше та швидше доставляти товари до ЄС, зменшуючи час та витрати на логістику.

Таким чином, європейська інтеграція приносить як виклики, так і нові можливості для українського бізнесу. Для успішної адаптації до європейських стандартів і вимог підприємствам необхідно інвестувати в модернізацію, навчання персоналу та розробку нових стратегій розвитку. Приклади успішних компаній, таких як "Roshen", "Нібулон", "МХП", "Нафтогаз України", "SoftServe" та "Нова Пошта", демонструють, що з правильним підходом український бізнес може не тільки подолати виклики, але й значно розширити свої можливості на європейському ринку.

УДК 658.005.22:004.77

DOI:10.5281/ZENODO.11912814

В.А. Гросул, д-р екон. наук, проф. (ДБТУ, Харків)

А.М. Волосов, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА ДО УМОВ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Методичний підхід передбачає послідовність дій суб'єктів підприємництва з трансформації бізнесу з метою створення висококонкурентної бізнес-моделі в реаліях цифрової економіки, що спроможна швидко адаптуватися до будь-яких змін ринку.

Підхід є послідовною реалізацією наступних етапів (рис. 1).



Рисунок 1 – Науково-методичний підхід до трансформації бізнес-моделей суб'єктів підприємництва до умов цифрової економіки

«Оцінка стану цифрового середовища підприємства та визначення передумов трансформації бізнес-моделі» оцінювання здійснюється на рівні: підприємства; зовнішнього середовища.

На рівні підприємства визначаються: ефективність реалізації діючої бізнес-моделі; цифрова зрілість суб'єкта підприємництва; готовність адаптуватися до умов цифрової економіки.

Ефективність реалізації бізнес-моделі здійснюється за такими напрямками та показниками (табл. 1).

Таблиця 1 – Ефективність реалізації бізнес-моделі суб'єкта підприємництва

Ефективність взаємодії з клієнтами	Ефективність операційних бізнес-процесів		Ефективність управління
Індекс споживчої задоволеності (CSI)	Співставлення результатів і витрат за бізнес-процесами		Загальні результативні показники
Вартість залучення клієнтів (CAC)	результати	витрати	
Коефіцієнт утримання клієнтів (CRR)	Величина доданої вартості; Прибуток за процесом; Величина грошового потоку, що генерується бізнес-процесом	Грошові витрати на здійснення процесу (операцію); Витрати ресурсів; Час на здійснення процесів	Показники продуктивності управлінської праці
Довічна цінність клієнта (CLTV)	Чисельність персоналу певного процесу;		Характеристики економічності апарату управління
Індекс лояльності клієнтів (NPS)	Швидкість виконання замовлень тощо		

Цей перелік може бути доповнено та сформовано залежно від завдань і масштабу дослідження, галузевої приналежності та специфіки діяльності суб'єкта підприємництва.

Оцінка цифрової зрілості підприємства базується на визначенні відповідності цифрових компетенцій персоналу, цифрових інструментів ведення бізнесу та інформаційно-комунікаційних технологій завданням діяльності за підрозділами. Висновки формуються на основі значень коефіцієнтів відповідності складових рівня цифровізації завданням за процесами та підрозділами з використанням певної шкали оцінювання.

Оцінка готовності до цифрової трансформації передбачає сприйняття персоналом майбутніх змін та фінансові, технічні й

організаційні можливості їх здійснення. Ідентифікація готовності характеризується комплексним показником та інтерпретацією його значень на основі шкали Харрінгтона.

На другій стадії 1-го етапу оцінюють рівні: розвитку цифрової економіки; цифрової інтенсивності галузі, до якої належить суб'єкт підприємництва.

Оцінювання рівня розвитку цифрової економіки передбачає: аналіз загальної ситуації із застосуванням SWOT-, PEST- аналізу тощо; оцінку стану цифрової економіки на основі системи показників, використовуваних міжнародними рейтингами країн за цим напрямом: глобальний індекс конкурентоспроможності країн світу (*GCI*); глобальний інноваційний індекс (*GII*); індекс світової цифрової конкурентоспроможності (*WDCI*); індекс розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (*IDI*); індекс цифрової економіки та суспільства (*DESI*); індекс розвитку електронного урядування (*EGDI*); індекс мережевої готовності (*NRI*); глобальний індекс кібербезпеки (*GCI*). Узагальнюючий вплив визначається мультиплікативною моделлю, що враховує показники динаміки обраних індексів за критерієм сприятливості значень комплексних показників: $\kappa_i \geq 1$ – сприятливий; $\kappa_i = 1$ – нейтральний; $0,5 \leq \kappa_i < 1$ – несприятливий; $0 < \kappa_i < 0,5$ – загрозливий вплив.

Стан цифрової інтенсивності галузі оцінюється показниками частка кількості підприємств, що: використовують широкополосний інтернет; купують послуги хмарних сервісів; мають вебсайт; мають чат-сервіси для спілкування з клієнтами; використовують робототехніку. Це дозволяє виявити конкретні напрями цифровізації підприємств галузі та інтенсивність їх впровадження.

Для агрегованої оцінки стану та динаміки цифрової трансформації розраховується індекс цифровізації галузі на основі середньої арифметичної з використанням коефіцієнтів вагомості (користування широкополосним інтернетом (0,2); придбання та застосування хмарних сервісів (0,3); наявність веб-сайту (0,1); використання робототехніки (0,2); користування чат-сервісом (0,2). Індекс цифровізації характеризує рівень використання підприємствами галузі цифрових технологій, цифрових навичок персоналу, ступінь цифровізації бізнес-процесів з урахуванням їх взаємозв'язку, а також дозволяє порівняти стан цифровізації конкретного підприємства з середніми показниками по галузі.

В межах «Визначення типу цифрової трансформації та формулювання цілей» обирається тип цифрової трансформації залежно від масштабу охоплення та складових бізнес-моделі. Так,

цифрова трансформація може бути: елементною (трансформація окремих операцій); локальною (трансформують один/декілька бізнес-процесів); системною (передбачає трансформацію бізнес-моделі). Вибір ґрунтується на результатах: виявлення слабких місць в процесі аналізу ефективності бізнес-моделі; оцінки цифрової зрілості та готовності суб'єкта підприємництва здійснювати адаптаційні заходи до умов цифрової економіки. Відповідно формулюють цілі трансформації бізнес-моделі, які мають узгоджуватись із загальною стратегією розвитку підприємства та конкретизувати головну ціль (створення оновленої бізнес-моделі, яка є спроможною до адаптації в умовах цифрових змін).

Змістом третього етапу «**Обґрунтування ключових напрямів і заходів трансформації бізнес-моделі**» є вибір конкретних заходів цифрової трансформації, що дозволять суб'єкту підприємництва адаптуватись до умов цифрової економіки. Обґрунтування відбувається на основі оцінки грошової вартості здійснення заходів з цифровізації у взаємозв'язку з наявністю інвестиційних ресурсів і фінансових можливостей.

Оцінка вартості цифрової трансформації може використовувати традиційні підходи (дохідний, витратний, порівняльний), урахувати мультиплікативний ефект від рівня цифрових компетенцій персоналу (визначено на першому етапі).

Обґрунтування заходів з цифрової трансформації має спиратись на оцінку їх ефективності із застосуванням відповідних методів оцінки ефективності проєктів.

На етапі «**Реалізація цифрових рішень з трансформації бізнес-моделі**» розробляють відповідну стратегію та тактичний план дій з реалізації встановлених цілей з чітким визначенням завдань і виконавців.

Змістом п'ятого етапу «**Моніторинг і контроль за реалізацією процесів цифрової трансформації**» є внутрішній аудит розроблених проєктів цифрової трансформації бізнес-моделі суб'єктом підприємства для: виявлення відхилень від запланованих показників та оперативного корегування процесів трансформації; аналізу набутого досвіду та компетенцій; формулювання нових орієнтирів функціонування.

Використання запропонованого методичного підходу дозволить суб'єкту підприємства трансформувати існуючу бізнес-модель в той вид, який є не лише адаптованим до вимог цифрової економіки, але й здатен забезпечити кількісний та якісний розвиток.

УДК 339.137.2(477:4-67ЄС)

DOI:10.5281/zenodo.11912908

А.В. Гросул, здоб. ступ. PhD (ДБТУ, Харків)

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Інтеграція України до Європейського Союзу відкриває нові можливості для українських підприємств, але водночас створює виклики та загострює конкуренцію на внутрішньому та зовнішніх ринках. Забезпечення конкурентоспроможності стає ключовим фактором успіху для вітчизняних підприємств в умовах європейської інтеграції.

Цифрова трансформація бізнесу є одним з критично важливих чинників забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств в епоху діджиталізації. Впровадження цифрових технологій, автоматизація процесів, використання аналітики даних, хмарних сервісів та інших інноваційних рішень дозволять оптимізувати витрати, підвищити продуктивність, поліпшити якість продукції та послуг. Перехід до цифрових бізнес-моделей і процесів стане запорукою ефективності та гнучкості українських компаній на конкурентному європейському ринку.

Конкурентоспроможність українських підприємств значною мірою залежить від їхньої здатності адаптуватися до правил та стандартів ЄС. Гармонізація законодавства України із законодавством ЄС, запровадження європейських норм та вимог у різних сферах діяльності є необхідною умовою для забезпечення конкурентоспроможності на ринку ЄС.

Модернізація виробничих потужностей та впровадження інноваційних технологій також є важливими факторами підвищення конкурентоспроможності українських підприємств. Залучення інвестицій, розвиток науково-дослідної діяльності та трансфер технологій дозволять збільшити продуктивність праці, покращити якість продукції та знизити її собівартість.

Забезпечення високих стандартів якості продукції та послуг відповідно до вимог ЄС є ключовою вимогою для успішної конкуренції на європейському ринку. Українські підприємства повинні впроваджувати системи управління якістю, сертифікувати свою продукцію та послуги згідно з європейськими стандартами.

Розвиток людського капіталу та підвищення кваліфікації персоналу також є важливими аспектами забезпечення конкурентоспроможності. Навчання та перекваліфікація працівників, впровадження сучасних методів управління персоналом, орієнтованих на підвищення продуктивності праці та формування корпоративної культури, сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності українських підприємств.

Диверсифікація ринків збуту та вихід на нові зовнішні ринки, зокрема європейські, є перспективним напрямом забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств. Вивчення вимог та специфіки європейських ринків, формування ефективних маркетингових стратегій дозволить українським підприємствам зміцнити свої позиції на цих ринках.

Співпраця та кластеризація також можуть стати важливими інструментами підвищення конкурентоспроможності українських підприємств в умовах європейської інтеграції. Створення галузевих кластерів, об'єднання зусиль у ланцюгах постачання, спільні науково-дослідні проекти дозволять досягти ефекту масштабу, оптимізувати витрати та підвищити інноваційний потенціал підприємств. Крім того, розвиток партнерських відносин з європейськими компаніями, залучення іноземних інвестицій і технологій сприятиме зміцненню конкурентних позицій українських підприємств.

Важливим фактором забезпечення конкурентоспроможності є екологічна стійкість та соціальна відповідальність бізнесу. Дотримання принципів сталого розвитку, впровадження екологічно чистих технологій, ресурсо- та енергоефективність, соціальні інвестиції та корпоративна етика стануть не лише вимогою європейського ринку, а й конкурентною перевагою українських підприємств.

Крім того, забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств вимагає створення сприятливого бізнес-середовища, усунення регуляторних бар'єрів, боротьби з корупцією, захисту прав інтелектуальної власності та забезпечення прозорості ведення бізнесу. Держава повинна сприяти розвитку конкуренції, підтримувати малий та середній бізнес, створювати умови для залучення інвестицій.

Отже, забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств в умовах європейської інтеграції вимагає комплексного підходу, що охоплює модернізацію виробництва, впровадження інновацій, забезпечення високих стандартів якості, розвиток людського капіталу, диверсифікацію ринків збуту та створення сприятливого бізнес-середовища. Лише за таких умов українські підприємства зможуть ефективно конкурувати на європейському ринку та скористатися перевагами європейської інтеграції.

УДК 368.03

DOI:10.5281/zenodo.11913036

В.Р. Губа, здоб. ступ. PhD (ІФНТУНГ, Івано-Франківськ)

С.Я. Кісь, д-р екон. наук, проф. (ІФНТУНГ, Івано-Франківськ)

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Актуальність дослідження управління ризиками страхових компаній в умовах цифровізації в контексті європейської інтеграції зумовлена цілим рядом важливих факторів, які вказують на зростаючу потребу у вдосконаленні підходів до ризик-менеджменту в цій сфері. Основними з таких факторів є:

1) Регуляторні вимоги та стандарти ЄС: Європейський Союз активно розробляє та впроваджує стандарти і нормативи, які стосуються управління ризиками в страхових компаніях. Так, директива Solvency II є ключовим документом, що визначає вимоги до капіталу та управління ризиками, забезпечуючи фінансову стійкість та захист інтересів споживачів. В умовах інтеграції до європейського ринку, страхові компанії повинні адаптувати свої процеси управління ризиками до нових вимог, що включає інтеграцію цифрових технологій та підвищення прозорості діяльності.

2) Цифровізація та інновації: цифрові технології, такі як штучний інтелект, блокчейн та великі дані, революціонізують страхову галузь. Вони не тільки змінюють спосіб надання послуг, а й генерують нові типи ризиків, зокрема кіберризиків. Управління цими ризиками вимагає інноваційних підходів та впровадження сучасних технологічних рішень, що підвищують ефективність та адаптивність страхових компаній.

3) Конкурентоспроможність на європейському ринку: європейський страховий ринок є висококонкурентним, і компанії, які ефективно управляють ризиками за допомогою цифрових технологій, мають значні переваги. Вдосконалене управління ризиками дозволяє знижувати витрати, підвищувати якість послуг та швидко реагувати на зміни ринку, що є критично важливим для збереження конкурентоспроможності.

4) Соціально-економічний вплив та стійкість: страхові компанії відіграють важливу роль у соціально-економічному розвитку, забезпечуючи фінансову стабільність для бізнесу та приватних осіб. В умовах цифровізації управління ризиками стає важливим фактором

забезпечення стійкості компаній до різних шоків та невизначеностей, що сприяє загальній стабільності економічної системи [1].

5) Гармонізація практик управління ризиками: європейська інтеграція передбачає гармонізацію практик управління ризиками серед країн-членів. Це забезпечує уніфікацію підходів, підвищує взаємну довіру між ринками, сприяє інтеграції на рівні ЄС. Дослідження в цій сфері допомагають визначити кращі практики управління ризиками, які можуть бути впроваджені у всіх країнах ЄС.

6) Вимоги до прозорості та звітності: зростаюча увага до прозорості та звітності в ЄС вимагає від страхових компаній впровадження сучасних систем моніторингу та звітування про ризики. Це підвищує довіру споживачів та регуляторів, сприяючи кращій взаємодії з ринком та підвищенню загальної стійкості галузі [2].

Таким чином, дослідження управління ризиками страхових компаній в контексті європейської інтеграції є надзвичайно актуальним, бо сприяє адаптації фірм до нових регуляторних вимог, впровадженню інноваційних технологій, підвищенню конкурентоспроможності, забезпеченню соціально-економічної стабільності та гармонізації практик управління ризиками на європейському рівні.

Розробка та впровадження інноваційних підходів і методів для управління ризиками страхових компаній в умовах цифровізації, з метою підвищення стійкості, конкурентоспроможності та адаптивності до європейських стандартів і регуляторних вимог, має кілька ключових особливостей, зокрема: 1) Інтеграція передових технологій: використання таких технологій, як штучний інтелект (ШІ), машинне навчання, блокчейн та великі дані для аналізу та прогнозування ризиків. Ці технології допомагають автоматизувати процеси оцінки ризиків, виявлення аномалій і шахрайства, а також підвищують точність прогнозів [3]; 2) Гнучкість та адаптивність: розробка систем управління ризиками, що можуть швидко адаптуватися до змін регуляторних вимог та ринкових умов. Це включає регулярне оновлення методик і політик управління ризиками, а також побудову моделей, здатних враховувати нові ризики та можливості [4]; 3) Посилений захист даних: умови цифровізації вимагають підвищеної уваги до кібербезпеки та захисту конфіденційної інформації клієнтів та включають розробку надійних систем захисту даних і впровадження політик щодо управління інформаційною безпекою; 4) Відповідність європейським стандартам: забезпечення відповідності управління ризиками з нормами та стандартами ЄС, такими як Solvency II, які визначають вимоги до капіталу та управління ризиками для страхових компаній. Це передбачає адаптацію внутрішніх політик і процедур до європейських

регуляторних вимог; 5) Розробка комплексних стратегій: створення стратегій управління ризиками, що охоплюють всі аспекти діяльності компанії – від операційних до стратегічних ризиків. Це включає оцінку впливу цифрових трансформацій на всі рівні компанії та інтеграцію управління ризиками в корпоративну культуру; 6) Навчання та розвиток персоналу: підвищення кваліфікації працівників шляхом навчання новим методам та технологіям управління ризиками. Впровадження програм підготовки та сертифікації для фахівців з управління ризиками, що враховують сучасні цифрові виклики; 7) Моніторинг та звітність: встановлення систем постійного моніторингу ризиків і регулярної звітності. Використання інструментів для візуалізації даних та створення дашбордів для надання керівництву актуальної інформації про ризики в режимі реального часу; 8) Налагодження співпраці з іншими страховими компаніями, регуляторами та технологічними партнерами для обміну знаннями та кращими практиками управління ризиками. Це дозволяє вчасно виявляти нові загрози та розробляти колективні заходи для їхньої нейтралізації [5; 6]. Ці особливості дозволяють страховим компаніям ефективно реагувати на виклики цифровізації, підтримувати свою конкурентоспроможність на європейському ринку та забезпечувати стійкий розвиток у відповідності до сучасних вимог і стандартів.

Інформаційні джерела

1. Глухова В., Крот Л. Управління ризиками діяльності страхових компаній в контексті фінансової безпеки. Економіка та суспільство, 54. 2023. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-81>
2. Жабинець О. Й. Проблема класифікації ризиків страхових компаній: наукові підходи і законодавчі ініціативи в умовах євроінтеграції. Науковий вісник ЛДУМВС, 2, 2013. С. 38-46.
3. Loiko V., Voieva M. Управління фінансовими ризиками страхової компанії. Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій, 2(4), 2019. С. 21-29. <https://doi.org/10.32750/2019-0203>
4. Говорушко Т. А., Стецюк В. М., Толстенко О. Ю. Управління фінансовою діяльністю страхової компанії з метою забезпечення її ефективного розвитку. Монографія. К.: «Центр учбової літератури», 2012.
5. Khvostina I., Semerikov S., Yatsiuk O., Daliak N., Romanko O., Shmeltser E. Casual analysis of financial and operational risks of oil and gas companies in condition of emergent economy. CEUR Workshop Proceedings, 2713, 2020. P. 41-52.
6. Яцюк О.С. Основні шляхи мінімізації ризику неповернення фінансування санаційної заборгованості підприємства. Актуальні питання сучасної економічної науки: зб. матеріалів II Всеукр. наук.-практ. конф. Полтава, 2019. С. 513-515.

УДК 334:330.3

DOI:10.5281/zenodo.11913269

Л.М. Зомчак, канд. екон. наук, доц. (ЛНУ ім. І. Франка, Львів)

В.С. Фединець, здоб. ОС «бакалавр» (ЛНУ ім. І. Франка, Львів)

ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ

Дослідження малого бізнесу має важливе наукове та практичне значення, оскільки воно дає змогу краще зрозуміти цю динамічну та важливу сферу економіки та суспільства. Малий бізнес є рушійною силою економічного зростання, створюючи значну частину робочих місць, податкових надходжень та інновацій. Дослідження динаміки малого бізнесу дає змогу розробити ефективну політику для його підтримки та стимулювання, що веде до загального економічного розвитку. Окрему увагу заслуговує регіональний аспект дослідження малого бізнесу.

Для дослідження економічних процесів на різних рівнях застосовують методи симульвативного моделювання для моделювання сталого розвитку України на основі концепції трьох стовпів сталого розвитку) [1] та для моделювання взаємної залежності між ВВП України та індексом інфляції [2], авторегресійні моделі для прогнозування облікової ставки України за правилом Тейлора на основі інших макроекономічних показників [3], кластерний аналіз конкурентоспроможності регіонів України [4], панельне моделювання та прогнозування головних індикаторів регіонального економічного розвитку [5] тощо.

Об'єкт дослідження: мале підприємництво в Україні.

Предмет дослідження: стан та динаміка розвитку малого підприємництва в Україні, а також фактори, що на нього впливають.

Регіональний стан малого підприємництва України у дослідженні визначається за допомогою інтегрального показника. В інтегральному методі дослідження: стандартизовано значення, далі розраховано часткові коефіцієнти та саму інтегральну оцінку.

У дослідженні статистичні дані для розрахунку інтегральної оцінки були взяті за 2021 рік до початку повномасштабного вторгнення у 2022 році. Вхідна статистика зібрана з офіційної сторінки Державної служби статистики України [6].

Для проведення аналізу сформована система показників, при цьому необхідно забезпечити односпрямованість впливу показників на діяльність малого підприємництва України. Для цього показники

розподіляють на стимулятори і дестимулятори. У цьому дослідженні всі показники стимулятори:

- X_1 – кількість зайнятих працівників на малих підприємствах по регіонах/ тис. осіб;
- X_2 – кількість найманих працівників на малих підприємствах по регіонах/ тис. осіб;
- X_3 – кількість малих підприємств по регіонах/ одиниць;
- X_4 – витрати на персонал на малих підприємствах по регіонах/ млн грн.;
- X_5 – відрахування на оплату праці малими підприємствами по регіонах/ млн грн.;
- X_6 – обсяги реалізованої продукції малими підприємствами (товарів, послуг) по регіонах/ млн грн.

Результати обчислення інтегральної оцінки регіонального розвитку малого бізнесу України відображені на рис. 1.

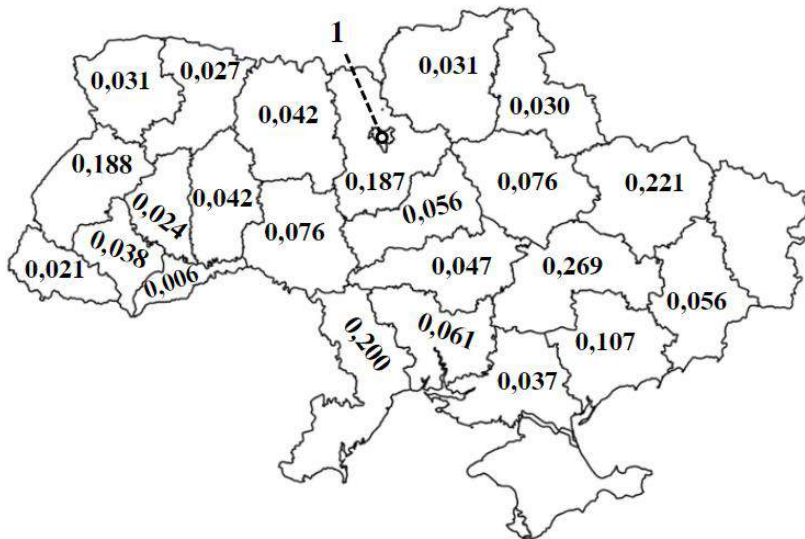


Рисунок 1 - Інтегральна оцінка стану малого підприємництва за 2021 р.

Найвищий рівень стану малого підприємництва в 2021 р. спостерігається в Дніпропетровській області (0,269), а найбільш низький так само в Чернівецькій області (0,006), порівняно з 2012 р. інтегральний показник зменшився на 10%. У зв'язку з наслідками світової фінансової кризи та вторгненням російської федерації на

територію України Донецька область у 2021 р. не змогла утримати позицію лідера за рівнем стану малого підприємництва. За цей період Дніпропетровська область, незважаючи на зниження питомої ваги обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг) малими підприємствами в загальному обсязі реалізованої продукції суб'єктами підприємництва на 5,6%, віддачі обсягу реалізованої продукції – на 1,9%, збільшила не тільки продуктивність праці на 45,8 грн/ос., але й ефективність діяльності суб'єктів малого підприємництва. Отримання Дніпропетровською областю в 2021 р. позиції лідера за станом малого підприємництва може бути обумовлено тим, що в 2012 р. на реалізацію заходів регіональної програми розвитку малого підприємництва було виділено коштів у сумі 700 тис. грн, що більше, ніж у 2011 р. на 550 тис. грн (у 4,7 рази). Виділені кошти спрямовані на фінансування інвестиційних та інноваційно-технологічних проєктів діяльності суб'єктів малого підприємництва.

Враховуючи вплив війни на економіку України, можна очікувати, що показники розвитку малого підприємництва в 2022 та 2023 роках будуть суттєво гіршими, ніж у 2021 році.

Інформаційні джерела

1. Zomchak L. M. Sustainable development of Ukraine as a combination of social, economic and environmental components: structural econometric model of three-pillar approach. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. IOP Publishing. 2023. Vol. 1254. No. 1. P. 012125
2. Зомчак Л. М., Старчевська І. М. Симультивне моделювання залежності економічного зростання та рівня інфляції України. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2022. №1 (105). С. 78-85.
3. Zomchak L., Lapinkova A. Key Interest Rate as a Central Banks Tool of the Monetary Policy Influence on Inflation: The Case of Ukraine. Advances in Intelligent Systems. Computer Science and Digital Economics IV. Cham: Springer Nature Switzerland. 2023. P. 369-379.
4. Zomchak L., Drobotii Y. Regional competitiveness: clustering regions of Ukraine. Modern technologies in the development of economy and human well-being: monograph. Publishing House of University of Technology, Katowice. 2020. P. 20-27.
5. Zomchak L., Vdovyn M., Deresh O. Regional Economic Development Indicators Analysis and Forecasting: Panel Data Evidence from Ukraine. The International Conference on Artificial Intelligence and Logistics Engineering. Cham: Springer Nature Switzerland. 2023. P. 217-228
6. Офіційний сайт Державної служби статистики. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

УДК 656.078.1: 339.92

DOI:10.5281/zenodo.11913519

С.О. Ключев, канд. техн. наук, доц. (CHU ім. В. Даля, Київ)

Д.Г. Кузнцов, здоб. ОС «магістр» (CHU ім. В. Даля, Київ)

ІНТЕГРАЦІЯ В ЄВРОПЕЙСКУ ТА СВІТОВУ ТРАНСПОРТНУ СИСТЕМУ

Транспортна система України – складна організаційна система, яка потребує негайного оновлення підходів до її управління для реалізації інтеграції до світової та європейської транспортної системи.

На території України існують міжнародні транспортні коридори, які вимагають певного рівня розвитку всієї транспортної мережі країни. Нажаль, реалізація будь-яких проєктів, які пов'язані з цим питанням, потребує дуже великого обсягу інвестицій, які необхідно залучати за участі держави, приватних інвесторів та наших партнерів. Навіть до початку повномасштабних військових дій на території нашої держави у 2022 році, стан транспортної системи не можна було вважати задовільним. Більша частина транспортної інфраструктури була застаріла та не могла задовольнити зростання обсягів перевезень. Це стосувалося усіх видів транспорту: морського, автомобільного, залізничного. Постійне зменшення обсягів прокачування природного газу територією України з рф до Європи, ставило трубопровідну транспортну систему у максимально несприятливий режим з незрозумілим майбутнім з можливістю повної зупинки. Різні стандарти ширини залізничних колій у Європі та Україні вимагали вирішення проблеми подолання системних стиків на кордоні, що також вимагало пошуку рішення та значних інвестицій. Морський транспорт та автомобільний також мали свої проблеми, для вирішення яких також були необхідні нові підходи, час та кошти.

На даний момент країна знаходиться у найважчій ситуації за весь час свого існування. Постійні обстріли об'єктів інфраструктури, зруйновані мости, залізничні та автомобільні шляхи, військова блокада морських портів, окупація певної частини території – все це не тільки ускладнює роботу транспортної системи, а й взагалі, ставить питання про її існування. Значний обсяг капіталовкладень наразі потрібний не для планомірного розвитку та модернізації цієї системи, а для її постійного відновлення після атак з боку рф для забезпечення функціонування.

Також, проблем додають певні ускладнення на кордонах нашої держави з Європою. Страйк фермерів та блокування ними польсько-

українського кордону для досягнення власних цілей взимку 2023/2024, максимально негативно вплинув на автомобільні вантажні перевезення, бо Польща є одним із головних напрямків вантажопотоків з/до Європи. Перемовини з урядом Польщі дозволили припинити блокаду та відновити рух вантажів автомобільним транспортом через кордон. Також, під час цього страйку було організовано та протестовано декілька контрейлерних маршрутів. Це довело перспективність такого способу перевезень.

Після організації та початку сталої роботи «морського коридору», кількість перевезених вантажів, саме морським транспортом, практично зрівнялася з довоєнними показниками. На даний момент, цей вид транспорту дозволяє експортувати більшу частину продукції агрокомплексу та металургії до країн всього світу, та починати імпорт необхідних товарів.

Авіаційний транспорт, який стрімко розвивався з початку 2000-х в лютому 2022 року припинив своє функціонування. Розуміючи величезні ризики, лізингові компанії евакуювали парк літаків та припинили авіасполучення. Усі спроби розпочати роботу хоча б одного з аеропортів для перевезення пасажирів поки не досягли успіхів, хоча обговорення про відновлення авіасполучення постійно відбуваються.

Не зважаючи на все це, в Україні існують умови для формування сучасної транспортної системи, яка буде відповідати світовим та європейським стандартам. Достатня ресурсна база, рівень розвитку техніки та технологій, наявність кваліфікованої робочої сили, вигідні природні, кліматичні, географічні характеристики – все це є вагомими аргументами для інтеграції до європейської та світової транспортної системи.

Основними питаннями, які вимагають негайного рішення для успішної інтеграції є:

- припинення військових дій та забезпечення безпеки на всій території України;
- повернення до кордонів 1991 року;
- міжнародні інвестиції у відновлення знищених та пошкоджених елементів транспортної системи;
- відновлення повноцінної роботи міжнародних транспортних коридорів;
- максимальне зниження собівартості перевезень;
- переоцінка критеріїв у підходах до визначення ефективності перевезень, перехід від об'ємних показників роботи транспорту до фінансово-економічних;

- забезпечення достатньої швидкості руху транспорту і доставки пасажирів та вантажів;
- забезпечення збереження вантажів під час перевезення;
- розвиток контейнерних, контрейлерних та інтермодальних перевезень;
- введення сучасних технологій обробки та передачі необхідної, актуальної інформації;
- поетапну реалізацію інституціональних перетворень у транспортному секторі економіки на основі вдосконалення системи управління галуззю, лібералізації у сфері ціноутворення;
- розробка та введення інноваційних технологій в транспортній системі;
- підвищення якості послуг на транспорті.

Україна, в умовах сучасного світу – один із ключових елементів транспортної системи не тільки Європи, а й всього світу. Існуючі проблеми можуть бути вирішені комплексним підходом, розробкою та реалізацією структурних планів, застосуванням інвестицій від держав та приватного бізнесу, введенням прозорих та зрозумілих «правил гри» для усіх учасників. Нажаль, все це може бути реалізовано тільки після припинення військових дій, визначення подальшої політичної та економічної перспективи держави та виникнення умов для можливості планування у середньостроковій та довгостроковій перспективі.

Інформаційні джерела

1. Освіта.ua. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://osvita.ua/vnz/reports/international-relations/19427/>.
2. Ефективна економіка. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2423>.
3. Смирнов, І.Г. Інтеграція у європейську транспортно-логістичну систему – стратегічний вибір України (Геопросторовий аспект) [Текст] / І.Г. Смирнов, І.В. Шум // Український географічний журнал. – 2005. – №3. – С. 32–37.
4. Мережа міжнародних транспортних коридорів на території України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mintrans.gov.ua/ru/show/transports>.
5. Журнал європейської економіки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://jeej.wunu.edu.ua/index.php/ukjee/article/view/1314>.
6. Ключев С.О. Інтеграція транспорту України в європейську транспорту систему / С.О. Ключев, А.С. Сігонін // Логістичне управління та безпека руху на транспорті: збірник наукових праць науково-практичної конф., 10 лютого 2023 р., м. Київ / відп. ред. Н.Б. Чернецька-Білецька. – Київ: СЛУ ім. В. Даля, 2023. – С. 35–38.

УДК 658.7:339.92

DOI:10.5281/zenodo.11913670

С.О. Ключев, канд. техн. наук, доц. (СНУ ім. В. Даля, Київ)

Б.В. Юров, здоб. ОС «магістр» (СНУ ім. В. Даля, Київ)

ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНА СИСТЕМА УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Сучасні вимоги євроінтеграції, до яких прагне Україна, потребують постійного покращення, прогресу та підвищеної уваги до галузі логістики вантажних перевезень. Якість та ефективність вантажних перевезень визначається оптимізацією координаційних процесів між різними видами транспорту, розподілом обсягів перевезень, проектуванням логістичних систем, а також чітким прийняттям управлінських рішень. Наразі однією із найважливіших цілей для України є побудова інфраструктури, яка б відповідала міжнародним стандартам, приймала до уваги економічні принципи та сприяла розвитку різних сфер діяльності, відповідаючи потребам ринку на основі надійності, якості, своєчасності та мінімальних витрат. Відповідно, дослідження, які порівнюють ефективність української логістичної інфраструктури з міжнародними рейтингами, які можуть забезпечити неперервний потік усіх необхідних логістичних операцій, є надзвичайно важливими.

Однією з найбільших проблем для України на шляху інтеграції в європейську залізничну систему є необхідність звуження української залізничної колії (1524 мм) до європейського стандарту (1435 мм), який використовується в Польщі, Словаччині, Угорщині, Румунії та інших країнах. На кордонах з цими країнами наразі діють складні системи переведення локомотивів і рухомого складу з однієї колії на іншу, що суттєво знижує ефективність залізничного транспорту, особливо з точки зору ефективного використання часу. Не менш важливо включити Україну в європейську програму будівництва швидкісних залізничних магістралей зі швидкістю 200-300 км/год. Чимало інфраструктурних об'єктів залізниці потребують модернізації, оскільки вони не відповідають сучасним стандартам. Це стосується залізничних вокзалів, станцій, готелів, засобів зв'язку та систем управління рухом поїздів.

За багатьма параметрами автомобільні дороги України не відповідають європейським стандартам, таким як швидкість руху, навантаження на вісь, наявність сучасних дорожніх знаків і розмітки, необхідна кількість пунктів технічної та медичної допомоги, харчування і відпочинку, заправних станцій, телефонного зв'язку тощо.

Недостатньо доріг першої категорії з високошвидкісним рухом. Матеріально-технічна база організацій, які займаються обслуговуванням автомобільної транспортної мережі і її розвитком, потребує значного покращення.

Заохочення України до європейських логістичних процесів має бути орієнтоване на те, щоб більша частина транзитного потоку товарів проходила через транспортну систему країни, що принесе значний прибуток до бюджету України. В європейських логістичних проєктах Україна займає основну позицію за рахунок її вигідного транзитному розташування, що підтверджується найвищим серед європейських країн транзитним рейтингом. Основні вектори участі України в європейській транспортно-логістичній інтеграції мають в собі:

- Пан'європейські транспортні коридори (ПЕК);
- Трансконтинентальні транспортні коридори (ТКТК);
- Пан'європейські транспортні зони (PETA);
- Міжнародні логістичні термінали (МЛТ).

Інтеграцію в європейську транспортно-логістичну систему визначено стратегічним вектором розвитку України. На даний момент актуальними транспортними коридорами, що проходять територією України є:

- Пан'європейський №3
- Пан'європейський №5
- Пан'європейський №7 Дунайський (водний);
- Гданськ – Одеса (Балтійське море – Чорне море).

Інформаційні джерела

1. Shkurenko O. STRATEGY OF DEVELOPMENT OF LOGISTIC INFRASTRUCTURE OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF EUROPEAN INTEGRATION / O. Shkurenko, M. Savchenko. 2019.

2. Мадяр Р. О. Динаміка розвитку та перспективи інтеграції транспортнодорожнього комплексу України в Європейську та світову транспортні системи. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. №24.

3. Яцюта О. Транспортно – логістична система України в умовах Європейської інтеграції. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2016. №3.

4. Козар Л. М. Міжнародні інтеграційні логістичні процеси. Міжнародні інтеграційні логістичні процеси: Конспект лекцій. 2012. С. 30.

УДК 327(427)

DOI:10.5281/zenodo.11913763

О.О. Ковтун, здоб. ступ. PhD (МГУ, Одеса)

РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТУ В СПРИЯННІ СТАЛОМУ РОЗВИТКУ ТА КОРПОРАТИВНІЙ СОЦІАЛЬНІЙ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЧЕРЕЗ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ВОДНИХ ДИРЕКТИВ ЄС

Сталий розвиток (СР) та корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) набирають дедалі більшого значення для сучасного зрілого та успішного бізнесу, мають значний вплив на розвиток як окремих компаній, так і суспільства в цілому. Компанії, які дотримуються принципів СР, можуть створювати нові ринки, інноваційні продукти та послуги, що відповідають на глобальні виклики, такі як проблеми екології, зміна клімату та соціальна нерівність. Це також може сприяти підвищенню інвестиційної привабливості компаній. Необхідність ефективного управління водними ресурсами в останні роки набуває все більшого значення в глобальному плануванні. Доказом цього є те, що «гарантування доступності води, сталого управління нею та санітарії для всіх» є 6-ю ціллю з 17 цілей СР універсального застосування, Порядку денного ООН до 2030 року, що погоджено понад 150 главами держав та урядів, резолюція 25.9.15 п.70/1 від 25.09.2015 [1].

В контексті водних Директив ЄС, таких як Рамкова водна директива 2000/60/ЄС [2], Директива 2020/2184/ЄС [3] про якість води, призначеної для споживання людиною, та Директива 2008/105/ЄС [4] про стандарти якості навколишнього середовища у сфері водної політики - роль менеджменту у забезпеченні цих принципів постає особливо нагальною. Дана робота висвітлює основні погляди на роль менеджменту у сприянні сталому розвитку через впровадження сучасних Директив щодо води, користування нею, та відповідність сучасного українського законодавства та стандартів щодо останньої.

Досягнення стратегічних цілей залежить від ефективного менеджменту, який включає аналіз впливу діяльності компанії на водні ресурси за директивою 2000/60/ЄС, встановлення цілей щодо зниження споживання води та мінімізації забруднення за директивою 2020/2184/ЄС, а також інтеграцію принципів СР згідно.

Для підвищення ефективності використання водних ресурсів менеджмент має забезпечувати впровадження передових технологій, які зменшують витрати води (наприклад системи рециркуляції води, з урахуванням стандартів Директиви 2020/2184/ЄС для вод побутового

користування), постійне оновлення систем очищення стічних вод з можливістю їхнього повторного використання. Використання сучасних систем для моніторингу якості води та швидкого реагування на порушення, зокрема, наприклад, за допомогою IoT-технологій та стандартів Директиви 2008/105/ЄС надасть інструмент з управління якістю та можливість керувати змінами.

Дотримання вимог регуляторних актів, таких як Директива 2013/39/ЄС [5], яка стосується якості води та наявності в них небезпечних речовин, включаючи нові виклики, такі як PFAS (пер- та поліфторалкільні речовини), хлорити та хлорати - є критично важливим для досягнення СР компаній.

Для успішного впровадження нових водних Директив необхідно постійно забезпечувати відповідний рівень знань та навичок у працівників, організацію навчальних програм та тренінгів для персоналу з питань управління водними ресурсами, всебічне формування корпоративної культури, яка підтримує принципи СР та КСВ, реалізація спільних ініціатив та проєктів, спрямованих на збереження водних ресурсів та впровадження нових технологій.

Україна постійно знаходиться на шляху до адаптації до вимог ЄС у сфері водної політики. Українські стандарти, такі як ДСТУ ISO 24511:2013 «Водопостачання та водовідведення» [6], та Державні санітарні норми і правила «Гігієнічні вимоги до питної води, призначеної для споживання людиною» (ДСанПіН 2.2.4-171-10) [7] та «Показники безпечності та окремі показники якості питної води в умовах воєнного стану та надзвичайних ситуаціях іншого характеру» (ДСанПіН 683-22 на період дії воєнного стану) [8] забезпечують відповідність якості води стандартам. Україна також, як й інші країни, зіштовхується з проблемами виявлення та знешкодження нових типів забруднювачів вод (PFAS, хлоритами, хлоратами тощо), які потребують оновлення підходів у визначенні та перегляду стандартів якості води та впровадження нових технологій моніторингу та очищення.

Основною проблемою є повільна адаптація українських підприємств до нових стандартів якості води, що пов'язано з тривалим процесом оновлення законодавчої бази, який дозволяє в гонитві за надприбутками нехтувати пріоритетами СР, а також відсутність чітких механізмів контролю та моніторингу з боку контролюючих органів, бюрократизмом та високою небезпекою розвитку корупції.

Нажаль, приватні компанії в Україні не поспішають впроваджувати запропоновані концепції, а ті що декларують наявність таких – не завжди відносяться до них як до чогось важливого, здебільшого це просто данина корпоративній моді. Єдині компанії, що

дійсно контролюють стан і якість води та водовідведення, – це комунальні підприємства-оператори та постачальники питної води, оскільки від їхньої діяльності безпосередньо залежить здоров'я споживачів і стан навколишнього середовища.

Натомість з боку споживачів надходять запити на екологічність послуг та вимоги до соціальної відповідальності бізнесу. Важливим аспектом є адаптація українського законодавства до європейських стандартів та вирішення сучасних проблем відповідності, що дозволить досягти відчутних результатів у збереженні водних ресурсів та забезпеченні СР для майбутніх поколінь.

Інформаційні джерела

1. Resolution adopted by the General Assembly on 25 September 2015. 25.9.15 n/70/1 «Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development». URL: <https://undocs.org/A/RES/70/1> (дата звернення: 29.05.2024).

2. Про встановлення рамок заходів Співтовариства в галузі водної політики зі змінами і доповненнями станом на 31.10.2014: Директива Європейського Парламенту і Ради 2000/60/ЄС від 23 жовтня 2000 року. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:02000L0060-20141120>.

3. Про якість води, призначеної для споживання людиною (переглянута версія): Директива Європейського Парламенту і Ради 2020/2184 від 16 грудня 2020 року. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32020L2184>.

4. Про екологічні стандарти якості в галузі водної політики, яка вносить зміни та скасовує Директиви Ради 82/176/ЄЕС, 83/513/ЄЕС, 84/156/ЄЕС, 84/491/ЄЕС, 86/280/ЄЕС та вносить зміни до Директиви 2000/60/ЄС Європейського Парламенту і Ради : Директива Європейського Парламенту і Ради 2008/105/ЄС від 16 грудня 2008 року. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32008L0105>.

5. Про внесення змін до Директив 2000/60/ЄС та 2008/105/ЄС щодо пріоритетних речовин у галузі водної політики: Директива Європейського Парламенту і Ради 2013/39/ЄС від 12 серпня 2013 року. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32013L0039>.

6. ДСТУ ISO 24511:2013. Водопостачання та водовідведення. Настанови щодо керування системами водовідведення та оцінювання їх послуг. URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=59982.

7. Про затвердження Державних санітарних норм та правил «Гігієнічні вимоги до води питної, призначеної для споживання людиною» (ДСанПіН 2.2.4-171-10): Наказ Міністерства охорони здоров'я України № 400 від 12.05.2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0452-10>. (дата звернення: 29.05.2024).

8. Про затвердження Державних санітарних норм і правил «Показники безпечності та окремі показники якості питної води в умовах воєнного стану та надзвичайних ситуаціях іншого характеру» (ДСанПіН 683-22): Наказ Міністерства охорони здоров'я України № 683 від 22.04.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0683-22>.

УДК 338.445

DOI:10.5281/zenodo.11913839

О.В. Козирсва, д-р екон. наук, проф. (ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків)
Р.Р. Корякіна, здоб. ОС «бакалавр» (ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків)

ДОСЛІДЖЕННЯ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЛОГІСТИЧНИХ ОПЕРАЦІЙ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У світлі сучасних воєнних, економічних та політичних викликів виникає гостра необхідність звернути серйозну увагу на оптимізацію логістичної діяльності підприємств, що займаються зовнішньоекономічною діяльністю. У цьому контексті особливого значення набуває створення логістичних систем, які дозволяють підвищити ефективність керування матеріальними потоками, що поліпшує господарську діяльність.

Визначення базових понять, які стосуються логістичної сфери, наведені на рис. 1.

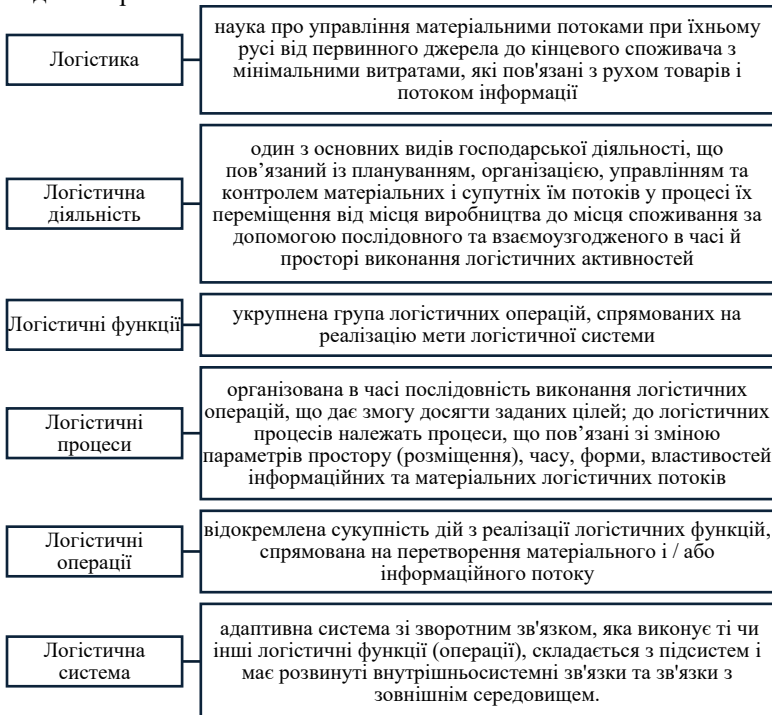


Рисунок 1 – Основні складові логістичної діяльності [1, с. 57]

Для того, щоб сформувані ефективні управлінські рішення щодо логістики та її операцій на підприємстві, необхідно провести оцінку логістичної діяльності, використовуючи групу методів (табл. 1).

Таблиця 1 – Методи оцінки логістичної діяльності підприємств [2, с. 53-56]

Метод	Особливості застосування
Бенчмаркінг	Спосіб оцінки стратегій і цілей роботи в порівнянні з першокласними підприємствами, для того, щоб гарантувати довгострокове перебування на ринку
Методи теорії ігор	Математичний апарат, що розглядає конфліктні ситуації, а також ситуації спільних дій
Методи прогнозування	Процес передбачення майбутнього стану, перспектив змін певного явища
Матричні методи	Метод якісного аналізу позиціонування підприємства в конкурентному середовищі
Модель імітаційного моделювання	Полягає у імітації конкретного процесу чи моделі, при експериментальному його використанні
Метод сітьового аналізу	Сукупність розрахункових методів, організаційних і контрольних заходів щодо планування й управління комплексом робіт за допомогою сітьового графіка
Коефіцієнтні методи	Визначення відносних характеристик комплексного характеру на основі сформованого набору показників
Методи економіко-математичного моделювання	Знаходження кількісних виразів зв'язків економічних показників і оцінки економіко-організаційної діяльності підприємств
Метод експертних оцінок	Надання обґрунтованої експертної оцінки

Логістичне управління - це процес планування, впровадження та контролю ефективного, економічно вихідного потоку та зберігання сировини, виробничих запасів, готової продукції та відповідної інформації [3, с. 457].

Для вимірювання та оцінки ефективності управління логістикою багато організацій використовують збалансовану систему показників (BSC). BSC – це інструмент стратегічного управління, який переводить бачення і місію організації в чотири перспективи [4].

Технології сприяли зростанню логістичних компаній і допомогли організаціям автоматизувати, керувати та оптимізувати складні та ручні операції. Однак ця автоматизація є лише початком вагомого внеску. Технології повністю змінили те, як логістичні підприємства здійснюють свою діяльність [6].



Рисунок 2 - Майбутні технологічні тенденції галузі логістики

В епоху глобалізації світової економіки все більшого значення набуває інтегрований європейський ринок. Завдяки використанню логістики компанії на міжнародному ринку можуть знизити витрати, поліпшити сервіс тощо. Краща логістична система буде вирішальною перевагою в майбутньому в конкурентній боротьбі.

Інформаційні джерела

1. Смирнова Н. В. Сутність і значення логістичної діяльності в системі менеджменту організації / Н. В. Смирнова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2018. – Вип. 20(3). – С. 54-59. – URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2018_20\(3\)_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2018_20(3)_14).

2. Нестеренко Р. В. Економіко-організаційне забезпечення логістичної діяльності підприємств машинобудування : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Нестеренко Роман Васильович. – Харків, 2019. – 287 с.

3. Grupa R. Zarządzanie logistyczne w ujęciu teoretycznym. SPOŁECZEŃSTWO I EDUKACJA. 2012. Międzynarodowe Studia Humanistyczne. С. 457–464.

4. How can a balanced scorecard improve logistics management performance?. LinkedIn: Log In or Sign Up. URL: <https://www.linkedin.com/advice/0/how-can-balanced-scorecard-improve-logistics-ddocf> (дата звернення: 09.05.2024).

5. Tarver E. What Is a Balanced Scorecard (BSC), How Is it Used in Business?. Investopedia. URL: <https://www.investopedia.com/terms/b/balancedscorecard.asp>

6. Top Logistics Technology Trends In 2024 That Will Shape The Industry Dynamics. MindInventory. URL: <https://www.mindinventory.com/blog/logistics-technology-trends/>

УДК 330.3:338

DOI:10.5281/zenodo.11914085

В.О. Козуб, канд. екон. наук, доц. (ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків)

К.О. Кравець, здоб. ступ. PhD (ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків)

ОСОБЛИВОСТІ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Сьогодні концепція інклюзивного розвитку економіки та бізнесу знаходиться в центрі уваги міжнародних міжурядових організацій, національних урядів, авторитетних експертів, фінансово-кредитних установ та транснаціональних корпорацій. Реалізація практичних принципів цієї концепції потребує структурованого та системного підходу, який дозволить визначити цілі, завдання, ресурси та результати інклюзивної трансформації міжнародного бізнесу, важливі для нинішнього та майбутнього суспільства. Сьогоднішні стратегічні цілі щодо інклюзивного бізнесу реалізують в контексті глобальних цілей сталого розвитку, зосереджуючись на вирішенні життєво важливого завдання виживання людства з урахуванням екологічних, соціальних та економічних факторів.

Інклюзивні моделі розвитку бізнесу в Україні можуть бути створені в багатьох формах, але зазвичай зосереджують увагу на таких ключових сферах: підвищення продуктивності малих і середніх підприємств і бізнес-структур з надання послуг, покращення доступу до виробничих ресурсів, фінансова та інформаційна підтримка, ринки збуту, створення рівних можливостей для співпраці та інтеграції, формування більш стабільних та справедливих умов для розвитку торгівлі та бізнесу. Для будь-якої форми інклюзивної моделі основними принципами її діяльності є: рівність і справедливість у доступі до ресурсів; рівність можливостей, ризиків і рівнів прибутковості для всіх учасників інклюзивних бізнес-процесів; гнучкість організаційних, соціально-економічних та екологічних пріоритетів, інтересів і потреб суспільства [1].

Враховуючи ключові принципи в контексті сучасних глобальних пріоритетів і завдань суспільного розвитку, можна визначити основні змістовні особливості інклюзивних моделей розвитку міжнародного бізнесу, а саме: наявність механізму тісного партнерства його суб'єктів, зокрема, в сфері інформаційної, інвестиційної та інноваційної підтримки; використання ланцюга створення вартості як основного інструменту економічних відносин; широкий спектр довіри, домовленостей та спільного ефекту від співробітництва між

партнерами; однакові можливості, участь, ризики, загрози та рівень прибутковості; налагодження механізму державно-приватного партнерства за рахунок ефективної впливу на державну інституційну підтримку; значний рівень дотримання суспільних соціально-економічних та екологічних інтересів і потреб населення; налагодження партнерства та тісної співпраці між суб'єктами бізнесу, органами державного управління, фінансовими та інвестиційними установами та іншими учасниками [1].

Сучасний потужний потенціал продуктивності та перспектива впровадження інклюзивних бізнес-моделей залежить від онлайн-платформ, які надають інформаційну та аналітичну підтримку, щоб допомогти учасникам інклюзивних систем взаємовідносин ефективно проектувати, адаптувати та впроваджувати бізнес-процеси. Прикладом такої цифрової інформаційної платформи є мережа Practitioner Hub (IBAN), яка допомагає масштабувати та поширювати інклюзивні бізнес-моделі та інструменти для їхнього практичного впровадження. Ця універсальна цифрова платформа об'єднує велику кількість учасників інклюзивної моделі, створюючи мережі та запускаючи механізми для колективних дій. Вони підвищують рівень обізнаності про інклюзивний бізнес та його позитивний вплив на результати спільної діяльності, підвищують ефективність бізнес-процесів та втілюють потужний потенціал інклюзивного бізнесу на практиці через інструменти взаємовигідного партнерства. Значний вплив на розвиток інклюзивності мають цільові програми довгострокових науково-прикладних досліджень, інновацій та досвіду, які допомагають учасникам вирішувати проблеми, що підвищують рівень та конкурентоспроможність інноваційної діяльності бізнесу, наприклад, в галузі виробництва харчової продукції – програма «Seas of Change» [2].

Загалом, сучасні світові практики дали досить потужний та ефективний набір інструментів, які можуть допомогти стейкхолдерам отримати та реалізувати переваги, пов'язані із залученням до інклюзивних бізнес-процесів. Серед цих інструментів слід відзначити: соціально орієнтований маркетинг, бізнес-операції, що мають інклюзивний характер, інклюзивні інновації (будь-які інновації сучасної трансформації), фінансові та інвестиційні ресурси для бізнесу, розвиток партнерських взаємовідносин з урахування мікросередовища інклюзивного бізнесу [2].

Серед низки інклюзивних моделей розвитку міжнародного бізнесу важливою є та, яка зосереджується на забезпеченні ресурсного потенціалу суб'єктів господарювання. Вона є основою для формування бізнес-процесів «головного модуля» системи управління – виробництва

достатньої кількості якісної продукції та на цій основі вирішення ключових завдань сталого розвитку суспільства. Сьогодні забезпечення рівного та справедливого доступу до ринків виробничих ресурсів (інвестиційних активів, землі, води, праці, матеріальних і технологічних ресурсів, а також інновацій, інформації) для всіх виробників продукції є ключовою передумовою для впровадження інклюзивних бізнес-моделей. Щодо конкретних умов формування інклюзивних моделей раціонального використання ресурсного потенціалу, то слід вбачати об'єктивну потребу у підвищенні рівня обізнаності, соціальної відповідальності та довіри до системи інструментів інклюзивного організаційно-економічного механізму.

Етапи формування інклюзивної моделі використання ресурсного потенціалу включають: формування стратегії та конкретизацію комерційних і соціальних цілей; оцінювання факторів бізнес-середовища діяльності та мотиваційної системи для її учасників; залучення учасників до взаємовигідного партнерства; створення механізмів використання ресурсного потенціалу; долучення до інформаційних он-лайн платформ ресурсів; визначення остаточного фінансового результату роботи учасників у рамках інклюзивної моделі; створення додаткової цінності та підвищення ступеня участі бізнесу у ланцюгу суспільної вартості; оцінювання сукупного ефекту функціонування інклюзивної моделі; обґрунтування напрямів і інструментів підвищення ефективності функціонування інклюзивної моделі [1].

Таким чином, серед низки інклюзивних моделей розвитку суб'єктів підприємницької діяльності ключовою є модель, яка фокусується на їхньому забезпеченні ресурсним потенціалом. Запорукою реалізації інклюзивної моделі є врахування факторів внутрішнього та зовнішнього бізнес-середовища суб'єктів господарювання, основних елементів моделі управління ресурсним потенціалом.

Інформаційні джерела

1. Степаненко С.В. Концептуальні засади формування моделі інклюзивного управління ресурсним потенціалом суб'єктів агробізнесу. Економічний простір. 2022. № 181, С. 151–157.

2. Sachs I. Inclusive Development Strategy in an Era of Globalization. Policy Integration Department, World Commission on the Social Dimension of Globalization Working Paper. 2004. No. 35. Geneva: International Labour Office. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.464.6665&rep=rep1&type=pdf>.

УДК 005.591.6(4-67ЄС)

DOI:10.5281/zenodo.11914271

А.О. Колесник, канд. техн. наук, доц. (ДБТУ, м. Харків)

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕСУ

Цифрова трансформація стала невід'ємною частиною сучасного бізнес-середовища, змушуючи компанії адаптуватися до нових технологій та змінювати свої операційні моделі. Європа відіграє провідну роль у цьому процесі, пропонуючи низку ініціатив та нормативно-правових актів, спрямованих на сприяння цифровій трансформації бізнесу.

В Європі цифрова трансформація бізнесу стимулюється кількома ключовими факторами. По-перше, зростаюча конкуренція, як на внутрішньому ринку ЄС, так і на глобальному рівні, змушує компанії шукати нові способи підвищення ефективності та диференціації своїх пропозицій. По-друге, очікування клієнтів постійно зростають, вимагаючи від компаній надавати більш персоналізовані, зручні та інноваційні продукти та послуги. Нарешті, потреба у підвищенні ефективності та скороченні витрат, особливо в умовах економічної невизначеності, стимулює компанії шукати нові рішення за допомогою цифрових технологій.

Європейський Союз відіграє важливу роль у формуванні нормативно-правової бази для цифрової трансформації бізнесу. Ключовими документами є Загальний регламент про захист даних (GDPR), який регулює обробку персональних даних, та Директива про електронну комерцію, що встановлює правила для онлайн-бізнесу. Ці нормативні акти мають значний вплив на процеси цифрової трансформації в європейських компаніях, вимагаючи дотримання суворих вимог щодо захисту даних та забезпечення безпеки.

Європейські компанії використовують різноманітні стратегії та підходи для успішної цифрової трансформації. Прикладами успішних цифрових трансформацій є такі компанії, як Siemens, Bosch та ІКЕА, які активно впроваджують хмарні технології, аналітику даних, Інтернет речей та інші передові технології. Їхніми ключовими стратегіями цифрової трансформації є фокус на інноваціях, співпраця з партнерами та постачальниками рішень, а також розвиток цифрових навичок персоналу.

Стратегії цифрової трансформації з фокусом на інновації реалізують провідні європейські компанії. Siemens активно впроваджує

цифрові технології у свої виробничі процеси, використовуючи інтернет речей, аналітику даних та хмарні рішення для оптимізації операцій та підвищення ефективності. Bosch, зі свого боку, інвестує в розвиток AI та машинного навчання для створення інтелектуальних продуктів та рішень. ІКЕА успішно трансформувала свою бізнес-модель, інтегруючи цифрові канали продажів та персоналізовані онлайн-взаємодії з клієнтами.

Європейські компанії активно співпрацюють з партнерами та постачальниками рішень, з технологічними компаніями, стартапами та дослідницькими центрами для розробки інноваційних рішень та обміну досвідом. Такі партнерства дозволяють компаніям отримувати доступ до передових технологій та експертних знань, прискорюючи процес цифрової трансформації.

Зазвичай європейський бізнес також інвестує у навчання та перекваліфікацію своїх співробітників, щоб забезпечити наявність необхідних компетенцій для роботи з новими технологіями та адаптації до змін. Це включає навчання з програмування, аналітики даних, кібербезпеки та інших цифрових дисциплін.

Незважаючи на значний прогрес, європейські компанії стикаються з низкою викликів та бар'єрів у процесі цифрової трансформації. Одним з головних технологічних викликів є застарілі системи та інфраструктура. Багато компаній все ще покладаються на застарілі системи, які важко інтегрувати з новими технологіями, що уповільнює процес цифрової трансформації. Крім того, проблеми кібербезпеки стають все більш актуальними, оскільки компанії стикаються з ризиками витоку даних, кібератаками та порушеннями конфіденційності. На організаційному рівні компанії часто стикаються з опором змінам з боку персоналу та керівництва. Перехід на нові технології та бізнес-моделі може викликати занепокоєння та невпевненість, що вимагає ефективного управління змінами та комунікації. Брак цифрових навичок також є серйозною перешкодою для багатьох компаній. Незважаючи на зусилля з навчання та перекваліфікації, існує нестача кваліфікованих фахівців у сферах, таких як аналітика даних, кібербезпека та розробка програмного забезпечення.

До того ж культурні бар'єри можуть ускладнити процес цифрової трансформації. Деякі компанії можуть мати жорстку ієрархічну структуру або бюрократичні процеси, що перешкоджають інноваціям та гнучкості, необхідним для успішної цифрової трансформації.

Європейські компанії повинні дотримуватися численних регуляторних та правових вимог, таких як Загальний регламент про захист даних (GDPR) та інші норми, що стосуються конфіденційності

даних, кібербезпеки та електронної комерції. Дотримання цих вимог може бути складним та вимагати значних інвестицій у відповідні технології та процеси.

У майбутньому цифрова трансформація бізнесу в ЄС буде зазнавати впливу нових технологій та тенденцій, що відкривають як нові можливості, так і виклики. 5G та розширена реальність (AR/VR) стануть ключовими технологіями, що трансформують багато галузей, від роздрібною торгівлі до виробництва та логістики. Компанії, які зможуть ефективно впровадити ці технології, матимуть значну конкурентну перевагу. Квантові обчислення також можуть революціонізувати певні галузі, такі як кібербезпека, штучний інтелект та моделювання складних систем. Хоча ця технологія все ще перебуває на ранній стадії розвитку, європейські компанії повинні бути готові до її впровадження в майбутньому. Очікується, що штучний інтелект (AI) та машинне навчання відіграватимуть все більшу роль у бізнес-процесах та прийнятті рішень. Компанії, які зможуть ефективно використовувати ці технології для аналізу даних, автоматизації процесів та розробки інтелектуальних продуктів і послуг, матимуть значну конкурентну перевагу.

Із розвитком цифрових технологій та зростанням обсягів даних, що обробляються компаніями, питання кібербезпеки та захисту даних стануть ще більш актуальними. Європейські компанії повинні інвестувати в найновіші технології та практики кібербезпеки, а також забезпечувати дотримання нормативних вимог щодо захисту даних.

Для успішної цифрової трансформації європейські компанії повинні дотримуватися кращих практик та рекомендацій. Ключовими елементами є залучення керівництва та створення культури інновацій, розвиток цифрових навичок та компетенцій персоналу, впровадження гнучких та адаптивних бізнес-моделей, а також використання передових технологій та інструментів, таких як хмарні обчислення, штучний інтелект та Інтернет речей.

Європейський досвід цифрової трансформації бізнесу демонструє, що успіх залежить від комплексного підходу, який поєднує впровадження передових технологій, розвиток цифрових навичок персоналу, дотримання нормативних вимог та створення культури інновацій. Цифрова трансформація є ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності європейських компаній на глобальному ринку. Очікується, що в майбутньому процеси цифрової трансформації будуть прискорюватися та еволюціонувати під впливом нових технологій та змін у бізнес-середовищі.

УДК 339.92(477:4-67ЄС)

DOI:10.5281/zenodo.11914361

Д.В. Кононенко, здоб. ступ. PhD (ДБТУ, Харків)

ТЕНДЕНЦІ ЗМІНИ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Процес європейської інтеграції України відкриває нові можливості для українських підприємств, але водночас ставить перед ними численні виклики. Для успішного виходу на ринки Європейського Союзу (ЄС) та конкурування з європейськими компаніями українські підприємства змушені трансформувати свої бізнес-моделі, адаптуватися до нових регуляторних норм та стандартів.

Серед ключових тенденцій зміни бізнес-моделей українських підприємств в умовах євроінтеграції можна виокремити такі.

Необхідність адаптації до європейських стандартів та регуляторних норм. Процес євроінтеграції вимагає від українських підприємств суттєвих змін у веденні бізнесу для забезпечення відповідності європейським стандартам і нормативним актам. Це стосується як виробничих процесів, так і управлінських практик, маркетингових стратегій та корпоративної культури. Підприємства повинні впроваджувати європейські стандарти якості продукції, екологічні норми, вимоги до безпеки праці та захисту прав споживачів. Необхідно привести корпоративне управління у відповідність до європейських принципів прозорості, підзвітності та захисту прав акціонерів. Це передбачає зміни в організаційній структурі, системах внутрішнього контролю та звітності.

Посилення конкуренції на внутрішньому ринку внаслідок інтеграції та необхідність оптимізації витрат і підвищення ефективності. Відкриття українського ринку для європейських компаній призведе до загострення конкуренції. Щоб залишатися конкурентоспроможними, українські компанії повинні оптимізувати свої витрати та підвищувати ефективність виробництва. Це може включати реінжиніринг бізнес-процесів, впровадження ошадливого виробництва, автоматизацію та цифровізацію операцій.

Використання інноваційних підходів та цифрових технологій для підвищення конкурентоспроможності та виходу на європейські ринки. Європейські споживачі надають перевагу інноваційним продуктам та послугам, що відповідають найновішим технологічним тенденціям. Українські підприємства повинні активно впроваджувати інновації та цифрові технології, щоб задовольнити ці вимоги. Важливо розвивати

цифровий маркетинг, електронну комерцію та онлайн-присутність для ефективного просування на європейських ринках. Цифрові технології відкривають можливості для кращого розуміння потреб споживачів, персоналізації пропозицій та налагодження тісного зв'язку з клієнтами.

Зміна маркетингових стратегій та орієнтація на споживачів з Європейського Союзу. Вихід на ринки Європейського Союзу вимагає від українських підприємств переосмислити свої маркетингові стратегії. Необхідно глибоко вивчити потреби та переваги європейських споживачів, які можуть істотно відрізнятися від українських. Важливо провести ретельне сегментування ринку та визначити цільові групи споживачів, на яких слід зосередити зусилля. Необхідно адаптувати продукти, упаковку, комунікаційні повідомлення та канали просування до культурних особливостей і споживчих звичок у різних країнах ЄС. Підприємства повинні розробити ефективні стратегії позиціонування та брендингу, які допоможуть їм вирізнитися на конкурентному європейському ринку.

Важливість формування корпоративної соціальної відповідальності та екологічної складової бізнес-моделі відповідно до європейських норм. Європейські споживачі та партнери приділяють велику увагу питанням корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та екологічній сталості. Українські підприємства повинні інтегрувати ці аспекти у свої бізнес-моделі, щоб відповідати очікуванням європейського ринку. КСВ передбачає відповідальне ставлення до працівників, дотримання етичних норм ведення бізнесу, підтримку місцевих громад та участь у соціальних ініціативах. Екологічна складова бізнес-моделі передбачає мінімізацію негативного впливу на навколишнє середовище шляхом скорочення викидів, раціонального використання ресурсів, впровадження принципів циркулярної економіки та відповідального поводження з відходами.

Необхідність налагодження ефективних ланцюгів постачання та логістичних мереж для безперебійного виходу на європейські ринки. Для успішної діяльності на європейських ринках українські підприємства повинні створити ефективні ланцюги постачання та логістичні мережі. Це забезпечить своєчасне постачання сировини та матеріалів, а також доставку готової продукції до споживачів у різних країнах ЄС. Необхідно оптимізувати процеси закупівель, транспортування, складування та розподілу, щоб мінімізувати витрати та затримки. Слід розглянути можливості співпраці з логістичними операторами, що спеціалізуються на міжнародних перевезеннях та митному оформленні.

Трансформація організаційної структури та корпоративної культури для забезпечення гнучкості та адаптивності до змін. Вихід на європейські ринки та адаптація до нових вимог вимагатиме від українських підприємств переосмислення їхньої організаційної структури та корпоративної культури. Жорсткі ієрархічні структури та бюрократичні процеси можуть стати перешкодою для швидкого реагування на мінливі умови бізнес-середовища. Необхідно створити гнучкі та адаптивні організаційні моделі, які сприятимуть інноваціям, горизонтальній співпраці та делегуванню повноважень. Це може включати впровадження проектних або матричних структур, скасування зайвих рівнів управління та децентралізацію прийняття рішень.

Впровадження нових форм співпраці та партнерства з європейськими компаніями для отримання доступу до технологій, ринків та інвестицій. Для успішної інтеграції в європейський бізнес-простір українським підприємствам варто шукати можливості для співпраці та партнерства з європейськими компаніями. Це дозволить отримати доступ до передових технологій, ноу-хау, ринків збуту та інвестиційних ресурсів. Можливими формами співпраці є стратегічні альянси, спільні підприємства, ліцензування технологій, аутсорсинг окремих бізнес-процесів тощо. Така співпраця може допомогти українським підприємствам подолати бар'єри виходу на європейські ринки та скоротити витрати на дослідження та розробки.

Важливість залучення висококваліфікованих кадрів та постійного професійного розвитку персоналу для відповідності європейським вимогам. Успішна адаптація бізнес-моделей до вимог європейської інтеграції значною мірою залежить від людського капіталу підприємств. Необхідно залучати висококваліфікованих фахівців, які мають відповідні знання та навички для роботи в умовах європейського бізнес-середовища. Слід інвестувати в постійний професійний розвиток наявного персоналу, забезпечуючи їх навчання та перепідготовку відповідно до нових вимог.

Необхідність диверсифікації бізнес-моделей для зменшення ризиків та забезпечення стійкості в умовах європейської інтеграції. Не всі українські підприємства зможуть успішно адаптуватися до вимог європейського ринку або швидко трансформувати свої бізнес-моделі. Тому важливо диверсифікувати діяльність, щоб зменшити ризики та забезпечити стійкість у процесі інтеграції. Це може включати розширення асортименту продукції або послуг, вихід на нові географічні ринки (як в межах ЄС, так і поза ним), а також розвиток супутніх напрямків бізнесу. Диверсифікація дозволить підприємствам розподілити ризики та зменшити залежність від одного продукту або ринку.

УДК 004.8

DOI:10.5281/zenodo.11914415

І.В. Кочнова, ст. викл. (НУ«ЗП», Запоріжжя)

Ю.В. Дудкін, здоб. ОС «бакалавр» (НУ«ЗП», Запоріжжя)

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ: ДОСВІД СВІТОВИХ БРЕНДІВ НА ПРИКЛАДИ КОМПАНІЇ UPS

Штучний інтелект (ШІ) став важливою частиною життя сучасної людини, закріпився в ньому настільки, що сучасне суспільство не може уявити собі існування без пристроїв і сервісів працюючих на основі ШІ. Перше визначення ШІ запропонував американський вчений, який працював в області інформатики, Д. Маккарті: «Властивість інтелектуальних систем виконувати творчі функції, які традиційно вважаються прерогативою людини» [1].

Штучний інтелект забезпечує неперевершену аналітику та ефективність – від предиктивного аналізу до персоналізації клієнтського досвіду. Використовуючи алгоритми машинного навчання, компанії можуть вдосконалити маркетинг кампаній, покращити дистрибуцію контенту та підвищити рівень взаємодії з клієнтами.

ШІ в контексті брендингу – це збір та аналіз інформації про своїх споживачів, за допомогою різноманітних технологій, з метою підвищення якості споживацького досвіду завдяки покращенню комунікацій з клієнтом або безпосередньо самого продукту/послуги. Використання ШІ в брендингу допомагає компаніям створити унікальний досвід роботи для кожного клієнта, зробити ефективнішими свої маркетингові зусилля, швидко реагувати на зміни умов ринку, покращити свій імідж, тощо.

Наразі штучний інтелект в своїй роботі використовує велика кількість компаній, від великих до малих. Роль штучного інтелекту в кожній компанії теж різна: «розумний» бот підтримки споживачів, генератор контенту для соціальних мереж, помічник в локалізації продукції, тощо. В певних випадках це спрощує конкретні процеси в компанії, а в деяких просто скорочує витрати на ці процеси.

Ми розглянемо, ґрунтовний підхід до впровадження ШІ в функціонування компанії, коли його використання є систематичним і достатньо ефективним. Комплексна система базована на штучному інтелекті під назвою Big Data – «це сукупність технологій», покликаних здійснювати три операції:

- обробляти більші, у порівнянні зі «стандартними» сценаріями, об'єми даних;
- уміти працювати з даними, що швидко надходять у дуже великих обсягах. Тобто даних не просто багато, а їх постійно стає все більше й більше;
- вміти працювати зі структурованими і мало структурованими даними паралельно і у різних аспектах».

Вважається, що ці «вміння» дозволяють виявляти приховані закономірності, що вислизують від обмеженого людського сприйняття. Це дає безпрецедентні можливості оптимізації багатьох сфер [2].

Розглянемо приклад з останньою ланкою ланцюга поставок – доставка товару від магазину до споживача. В американській літературі цей етап називають «остання миля». Вартість цього етапу може досягати 28% від загальної вартості доставки товару [3].

Існують багато непередбачуваних ситуацій під час цієї останньої ланки ланцюга, про які споживач і компанія можуть навіть не здогадуватись. Тому що в більшості випадків відслідковування товару йде до моменту «останньої милі». Завдяки низькій вартості мобільного Інтернету та смартфонам із підтримкою GPS, а також поширення Інтернету речей, через датчики та сканери, вантажовідправники можуть бачити, як процес доставки йде від початку до кінця [3]. Збір такої інформації допомагає компанії виділяти усі проблемні моменти на раніше «невидимій» зоні та завчасно реагувати на них.

Одне з найбільших підприємств, що вже використовує Big Data це United Parcel Service, Inc., або UPS (NYSE: UPS) – американська компанія, що спеціалізується на експрес-доставці та логістиці [4].

Вони використовують датчики у своїх вантажних автомобілях, дані про погоду, дані про ремонтні роботи у містах, розклади технічного обслуговування автопарку, маршрути минулих доставок для аналізу і розробки більш ефективних інструкцій. UPS стверджує, що завдяки цьому вони економлять 10 мільйонів галонів палива, доставляють на 350000 посилок більше кожен рік, до того ж це скоротило викиди вуглекислого газу в атмосферу на 20000 тон/рік.

Під час аналізу компанія виявила, що поворот машини ліворуч і перетин зустрічного руху викликає багато затримок, і підвищує ризик аварій. Тому тепер водії UPS більшість часу їдуть прямо або повертають праворуч, і всього 10% часу вони використовують поворот ліворуч.

Також оптимізація маршрутів за допомогою Big Data дозволила UPS скоротити автопарк на 1110 більше непотрібних вантажівок та

скоротити загальний пробіг усіх авто на 28,5 мільйонів миль [5]. Такі цифри наглядно показують ефективність реалізації Big Data.

Впровадження системи Big Data передбачає поєднання різних технологій, для досягнення найбільшої ефективності. Даний процес розробки має супроводжуватись роботою спеціалістів даної сфери, котрі також будуть враховувати економічну доцільність вибору певних технологій та інструментів. Серед апаратних рішень доцільним буде обрати готові комплекси, що виготовлені на замовлення з урахуванням усіх специфічних потреб підприємства.

Отже, система Big Data вважається відносно новою, потребує великих інвестицій, через що може викликати страх та недовіру у керівництва підприємства, незважаючи на свою значну перспективність. Але вже існують сценарії успішного впровадження Big Data провідними логістичними і торговельними фірмами, і бачимо наміри інших гравців на ринку використовувати ці технології. До того ж гнучкість даних систем дозволяє впроваджувати їх поступово: спочатку для збору даних, далі може йти аналітика, наступним етапом прогнозування, і головне, що вдосконалення системи поки не має чіткої межі.

Штучний інтелект на базі машинного навчання та нейронні мережі, які будуть використовуватись в системі Big Data – це тренд цього десятиріччя, вони активно розвиваються і вдосконалюються, відкриваючи компанії нові можливості.

Інформаційні джерела

1. McCarthy J. Recursive Functions of Symbolic Expressions and Their Computation by Machine, Part I. Communications of the ACM. 1960. Т. 3. № 4. Р. 184-195. URL: <https://www.brinckerhoff.org/clements/csc530-sp09/Readings/mccarthy-1960.pdf>.
2. Big data. IT Enterprise: веб-сайт. URL: <https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/big-data-bolshie-dannye>.
3. Петренко Р.О. Управління логістичними бізнеспроцесами в умовах діджиталізації: дипломна магістерська робота, 2020. 118 с. URL: https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/45492/1/%D0%A4%D0%A2%D0%9C%D0%9B_2020_073.3_%D0%9F%D0%B5%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%A0.%20%D0%9E..pdf.
4. Вікіпедія: веб-сайт. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/United_Parcel_Service.
5. Why UPS drivers don't turn left and you probably shouldn't either. The Conversation : веб-сайт. URL: <https://theconversation.com/why-ups-drivers-dont-turn-left-and-you-probably-shouldnt-either-71432>.

УДК 327(427)

DOI:10.5281/zenodo.11914517

М.Т. Краснюк, канд. екон. наук, доц. (КНЕУ ім. В. Гетьмана, Київ)
П.О. Борткевич, здоб. ОС «магістр» (КНЕУ ім. В. Гетьмана, Київ)

ВИКОРИСТАННЯ АЛГОРИТМУ РОЮ ЧАСТИНОК ДЛЯ МОДЕЛЮВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РИНКІВ

Фінансові ринки є складними системами, які змінюються під впливом різних факторів. При прогнозуванні фінансових ринків варто враховувати велику кількість змінних. Для створення фінансових прогнозів потрібно рішення, яке зможе врахувати велику кількість факторів. Метою дослідження є визначити ефективність використання алгоритму рою часток (Particle swarm optimization) для задач фінансового моделювання, таких як портфельна оптимізація або моделювання кредитного ризику. У розвитку компаній та стартапів ключову роль у прийнятті фінансових рішень відіграє фінансове моделювання. Під час цього процесу компанії стикаються з різними викликами, для вирішення яких потребуються інноваційні підходи. У випадку стартапів викликом є недостатність історичних даних, щоб зробити успішне припущення для фінансового прогнозу. Такі проекти потребують припущення, яке засновано на дослідженні даних ринку та показниках у конкретній галузі. Часто стартапи обмежені у фінансових ресурсах та не можуть дозволити вкладатись у складні інструменти фінансового моделювання. Тому потрібно рішення, що поєднує у собі складність прогнозування та ефективність роботи.

Для підприємств, що працюють в умовах нестабільного ринку, існує фінансовий ризик від зміни макроекономічних факторів. В таких динамічних умовах потрібно створювати фінансові моделі, які враховують аналіз невизначеностей. Таким підприємствам варто додати до моделей аналіз сценаріїв і стрес тестування.

При швидкому зростанні компанії чи стартапу важко ефективно спрогнозувати фінансові потреби. Фінансова модель має бути гнучкою і повинна адаптуватись до швидкого зростання бізнесу.

Алгоритм рою частинок (Particle Swarm Optimization, PSO) — це метод обчислювальної оптимізації, що імітує соціальну поведінку птахів чи бджіл. Він складається з частинок, кожна з яких репрезентує потенційне рішення, що оновлює своє положення залежно від власної швидкості та найкращих знайдених рішень. PSO ефективно проводить складний пошук, не потребуючи градієнтної інформації,

використовуючи колективний пошуковий простір. Цей метод високонадійний, рідко застрягає в локальних оптимумах та є відносно невразливим до початкових умов. Але алгоритм рою часток має ряд недоліків. Він чутливий до ініціалізації початкових позицій і швидкості часток. В разі не ініціалізованих належним чином стартових позицій алгоритм може потребувати більше часу для зближення з глобальним оптимумом. Швидкість конвергенції в PSO залежить від коефіцієнту навчання та діапазон фіксації швидкості. Спектр оптимізаційних задач, для рішення яких використовується PSO, досить широкий. Оскільки алгоритм здатен знаходити оптимальне рішення в складному просторі пошуку, йому частіше надають перевагу порівняно з іншими методами оптимізації.

Як приклад використання PSO у фінансовими моделюванні, можна розглянути вирішення задачі портфеля оптимізації за допомогою алгоритму рою часток. В контексті задачі кожна частинка представляє вектор ваг, який показує, скільки капіталу виділено на кожен актив. Кожна частинка запам'ятовує, де була її найкраща позиція. При кожній ітерації проходження алгоритму визначається глобальна найкраща позиція. Після знаходження глобального найкращого положення кожна частинка прямує до власного та глобального найкращого положення. В результаті проходження багатьох ітерацій частинки сходяться до майже оптимального рішення та знаходиться одне гарне рішення задачі. Основна мета PSO даній в задачі - максимізація коефіцієнта Шарпа, який вимірює віддачу від інвестицій порівняно з ризиком. Чим вищий коефіцієнт Шарпа, тим кращі доходи з поправкою на ризик. Коефіцієнт Шарпа визначається як $\frac{R_p - R_f}{\sigma_p}$, де R_p — прибутковість портфеля, R_f — без ризикова ставка, а σ_p — стандартне відхилення надлишкової прибутковості портфеля. У PSO ініціюється рій частинок, кожна з яких представляє потенційне рішення проблеми. У цьому випадку це певний розподіл активів у портфелі. Кожна частинка має випадково згенероване положення та швидкість. Позиція частки представляє певний набір ваг (пропорцій) різних активів у портфелі. Положення кожної частинки оцінюється за допомогою цільової функції. Для оптимізації портфеля це передбачає обчислення очікуваної прибутковості та волатильності портфеля для заданих ваг активів, а потім і коефіцієнта Шарпа. Кожна частинка відстежує свою найкращу позицію (особистий рекорд). Крім того, найкраща позиція, яку зустрічає будь-яка частинка в рої, відстежується як глобальна найкраща. Ці найкращі позиції спрямовують рух частинок у просторі пошуку. Швидкість кожної частинки регулюється на основі її власного досвіду (особистий рекорд) і досвіду всього рою (глобальний рекорд). Формула, яка зазвичай

використовується для оновлення швидкості, включає терміни для поточної швидкості, відстані від особистого рекорду та відстані від глобального найкращого результату, включаючи випадкові фактори для забезпечення дослідження. Положення кожної частинки оновлюється на основі цієї нової швидкості, переміщуючи частинку через визначений розмірами простір пошуку ваг активів. Кінцева глобальна найкраща позиція представляє оптимальний розподіл активів, тобто ваги різних активів у портфелі, які, як очікується, дадуть найвищий коефіцієнт Шарпа. В результаті дослідження метод алгоритм рою часток значно покращив продуктивність портфеля. В порівнянні за контрольними показниками PSO показав найвищий результат.

Алгоритм PSO підходить для використання стартапами, оскільки здатен зробити якісний прогноз на основі малої кількості стартових даних, доповнених дослідженням ринку та галузевими показниками. Його можна реалізувати з відносно невисокими фінансовими витратами. Для фірм, що працюють в умовах нестабільного ринку, PSO також представляє оптимальне рішення. Алгоритм демонструє гнучкість та адаптивність. Ітеративний підхід до пошуку рішень дозволяє постійно уточнювати прогнози в міру появи нових даних або зміни ринкових умов, допомагаючи компаніям ефективніше керувати ризиками. PSO можна інтегрувати у фінансові моделі, які включають аналіз сценаріїв і стрес-тестування. Моделюючи різні потенційні майбутні стани ринку, PSO допомагає компаніям зрозуміти потенційний вплив на їхні фінанси за різних сценаріїв, допомагаючи в стратегічному плануванні та управлінні ризиками.

Інформаційні джерела

1. Challenges and Opportunities in Financial Modeling for Startups and Emerging

URL: <https://www.linkedin.com/pulse/challenges-opportunities-financial-modeling-startups-emerging-ogada-nkndf>

2. Particle Swarm optimization

URL:

[https://www.researchgate.net/publication/376228207_Particle_Swarm_Optimization?enrichId=rgreq-580db3dfe0d99d2e4d0718465192e954-](https://www.researchgate.net/publication/376228207_Particle_Swarm_Optimization?enrichId=rgreq-580db3dfe0d99d2e4d0718465192e954-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzM3NjlyODIwNztBUzoXMTQzMTI4MTIwOTQxNjIzMEAxNzAxNzgzMjgwODkw&el=1_x_2&_esc=publicationCoverPdf)

[XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzM3NjlyODIwNztBUzoXMTQzMTI4MTIwOTQxNjIzMEAxNzAxNzgzMjgwODkw&el=1_x_2&_esc=publicationCoverPdf](https://www.researchgate.net/publication/376228207_Particle_Swarm_Optimization?enrichId=rgreq-580db3dfe0d99d2e4d0718465192e954-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzM3NjlyODIwNztBUzoXMTQzMTI4MTIwOTQxNjIzMEAxNzAxNzgzMjgwODkw&el=1_x_2&_esc=publicationCoverPdf)

3. Portfolio Optimization Using Particle Swarm Optimization

URL: <http://www.turingfinance.com/portfolio-optimization-using-particle-swarm-optimization/>

УДК 37.01:004.896:658.5(061.1)

DOI:10.5281/zenodo.11915283

Т.В. Кузнцова, канд. екон. наук, доц. (УГСП, Переяслав)

Є.С. Кузнцов, викл. (УГСП, Переяслав)

ОСВІТНІ ІННОВАЦІЇ НА БАЗІ СИНЕРГІЇ НЕЙРОПЕДАГОГІКИ ТА РОБОТОТЕХНІКИ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ ПРИ ЕКСПОРТІ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Зростання обсягів експорту до Європейського Союзу (ЄС) робить актуальним дослідження можливостей оптимізації логістичних процесів за допомогою інноваційних освітніх підходів. У цій статті автори пропонують використовувати синергію нейропедагогіки та робототехніки для розроблення нових методів навчання, які допоможуть підготувати кваліфікованих фахівців з логістики й управління ланцюгами постачання.

У контексті даного наукового дослідження нейропедагогіка досліджує механізми роботи людського мозку та використовує ці знання для розроблення нових методів навчання, а робототехніка використовується для створення симуляційних середовищ, де здобувачі освіти можуть практикувати логістичні процеси в безпечному та контрольованому середовищі. Синергія нейропедагогіки та робототехніки відкриває нові можливості для освіти та підготовки фахівців з логістики.

Автори пропонують використовувати наступні інноваційні освітні підходи (табл. 1, табл. 2).

Таблиця 1 – Інноваційні освітні підходи на базі синергії нейропедагогіки та робототехніки

Інноваційний освітній підхід	Нейропедагогічні методи	Робототехніка
Персоналізоване навчання	Створення персоналізованих навчальних програм	Адаптація симуляційних середовищ і завдань
Інтерактивне навчання	Заохочення активного й інтерактивного навчання	Створення захоплюючих і реалістичних симуляцій
Гейміфікація навчання	Підвищення мотивації та залучення студентів	Застосування ігрових елементів
Адаптивне навчання	Враховання індивідуального прогресу та потреб	Аналізування даних про навчання й адаптація програм

Впровадження інноваційних освітніх підходів на базі синергії нейропедагогіки та робототехніки може мати ряд переваг:

- покращення засвоєння інформації та розвитку навичок здобувачів освіти;
- підвищення мотивації, залучення та зацікавленості студентів у навчанні;
- підготовка кваліфікованих фахівців з логістики й управління ланцюгами постачання, які зможуть оптимізувати логістичні процеси при експорті до ЄС;
- покращення конкурентоспроможності українських товарів і послуг на європейському ринку.

При цьому для впровадження інноваційних освітніх підходів необхідно розробити нові методи навчання та навчальні програми; забезпечити заклади освіти необхідним обладнанням і програмним забезпеченням; підготувати викладачів до використання нових методів навчання; сформувані сприятливе середовище для інновацій в освіті тощо.

Впровадження інноваційних освітніх підходів на базі синергії нейропедагогіки та робототехніки є потужним інструментом для оптимізації логістичних процесів при експорті до ЄС і покращення конкурентоспроможності як української економіки, так і української освіти.

Таблиця 2 – Детальний опис переваг

Інноваційний освітній підхід	Опис	Переваги
Персоналізоване навчання	Нейропедагогічні методи дозволяють враховувати індивідуальні особливості кожного студента, такі як стиль навчання, темп сприйняття інформації, сильні та слабкі сторони. Це дозволяє створювати навчальні програми, які максимально ефективно відповідають потребам кожного студента. Робототехніка може використовуватися для адаптації симуляційних середовищ та завдань до індивідуальних особливостей студентів. Це може зробити навчання більш персоналізованим та ефективним.	Цей підхід може призвести до кращого засвоєння інформації, розвитку навичок та мотивації студентів.
Інтерактивне навчання	Нейропедагогічні методи сприяють активному та інтерактивному	Цей підхід може призвести до

	навчанню, яке дозволяє студентам краще засвоювати інформацію та розвивати навички. Віртуальна та доповнена реальність можуть використовуватися для створення захоплюючих та реалістичних симуляцій логістичних процесів, що дозволить студентам зануритися в реальні умови роботи. Це може зробити навчання більш цікавим та ефективним.	кращого розуміння та застосування знань, розвитку навичок вирішення проблем та критичного мислення.
Гейміфікація навчання	Нейропедагогічні методи підкреслюють важливість мотивації та залучення студентів до навчального процесу. Гейміфікація навчання з використанням робототехніки може зробити навчання більш цікавим та захоплюючим, що може призвести до кращого засвоєння інформації та розвитку навичок.	Цей підхід може підвищити мотивацію, залучення та зацікавленість студентів у навчанні, що може призвести до кращої успішності.
Адаптивне навчання	Нейропедагогічні методи сприяють адаптивному навчанню, яке враховує індивідуальний прогрес та потреби кожного студента. Штучний інтелект може використовуватися для аналізу даних про навчання студентів та адаптації навчальних програм та завдань відповідно до їх індивідуального прогресу.	Цей підхід може допомогти кожному студенту досягти успіху, незалежно від його початкового рівня знань та навичок.

Впровадження інноваційних освітніх підходів на базі синергії нейропедагогіки та робототехніки цілком допоможе Україні підготувати кваліфікованих фахівців з логістики й управління ланцюгами постачання, які зможуть оптимізувати логістичні процеси при експорті до ЄС.

Інформаційні джерела

1. Кузнєцова Т. Найближча перспектива менеджменту організацій – управління персоналом. Збірник наукових праць «Економічний аналіз», Вип. 3, – 2021. – С. 160-165.

URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1582044>

УДК 330.88

DOI:10.5281/zenodo.11915371

В.В. Кузьома, канд. екон. наук, доц. (МНАУ, Миколаїв)

ІНСТИТУЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩА РОЗВИТКУ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Держава відіграє провідну роль у створенні нового інституційного середовища, принципи, стандарти і вимоги якого мають працювати як драйвери циркулярних трансформацій. Відповідна нормативно-правова база, фінансові інструменти та інноваційно-технологічна інфраструктура нового інституційного середовища мають стати фундаментом майбутніх циркулярних змін у бізнесі та споживчій поведінці суспільства. Взаємодія між факторами та елементами архітектури інституційного середовища є важливими детермінантами переходу до економіки замкненого циклу.

Сьогодні уряди різних країн намагаються просувати та стимулювати розвиток циркулярних трансформацій за допомогою створення сприятливих інституційних умов. Проте, їх складність та багатогранність здійснюють істотний вплив на швидкість та динаміку очікуваних циркулярних змін. Інституційне середовище уявляє собою лише каркас для становлення і розвитку бізнес-моделей замкненого типу. Успіх їх ринкової реалізації визначається здатністю корпоративного управління до адаптації бізнесу до сукупності встановлених правил, умов і стандартів.

Європейські науковці вплив інституційних чинників на розвиток циркулярних процесів у країнах ЄС поділяє на три основних види: примусовий тиск (стандарти, нормативи, санкції), нормативний тиск (законодавчі та муніципальні норми), миметричний тиск (імітація та демонстрація бажаної поведінки учасників процесу). Всі вони у комплексі забезпечують зміну інституційного середовища у напрямку його адаптації та сприяння циркулярним трансформаціям у економіці [1]. У європейській практиці інституційна підтримка реалізації циркулярних трансформацій відбувається відповідно до прийнятого у 2020 році Нового плану дій з економіки замкненого циклу (SEAP), який постає основною частиною «Зеленого» курсу стратегічного розвитку. Стратегічною метою пакета є замикання ланцюгів між витратами і результатами на основі переорієнтації системи соціально-економічних відносин за допомогою цифровізації. Основними областями регулювання європейської циркулярної політики були визначені: хімічні речовини, промисловість, використання пластмас, сталий розвиток, відходи та переробка.

У напрямку реалізації цілей інституційної підтримки розвитку циркулярної економіки у межах Європейського простору парламентом ЄС було прийнято декілька виключних законодавчих актів, які формують необхідний нормативно-правовий базис для подальших циркулярних трансформацій: переглянуті правила використання стійких органічних забрудників (2021 рік) – введені нові стандарти щодо кількості їх у продуктах, стандарти поводження з відходами, оновлений перелік шкідливих хімічних речовин); прийнята резолюція про Новий план дій з економіці замкненого циклу (2021 рік), яка включає затвердження цільових показників використання матеріалів до 2030 року, директива про екодизайн; прийняті правила про упаковку та пакувальні матеріали, які включають вимоги до скорочення обсягів використання пакувальних матеріалів на період до 2040 року, заборона пластикових упаковок з 2030 року, стимулювання до використання багаторазових упаковок для продуктів харчування і продовольчих товарів; директива ЄС про поводження з відходами (оновлена у 2022 році), яка передбачає зменшенню кількості відходів на 10% від загального обсягу у період до 2035 року [2].

План дій з розвитку економіки замкненого циклу у ЄС має на меті дві стратегічні цілі: підтримка та підвищення конкурентоспроможності європейської економіки та забезпечення її довгострокової придатності для «зеленого» майбутнього. План передбачає реалізацію декількох ключових інституційних ініціатив, основними з яких окреслені: розширення екологічно чистих продуктів, які мають стати нормою для населення ЄС; збільшити можливостей споживачів; концентрація зусиль на секторах, які використовують максимальну кількість ресурсів у європейській економіці (електроніка, ІКТ, транспорт, пакування, продовольчий сектор, промисловість, будівництво); зменшення кількості та попередження виникненню відходів. У довгостроковій перспективі розвиток циркулярної економіки це єдиний шлях сучасного суспільства до забезпечення майбутнього існування поколінь кожної країни та досягнення глобальних і національних цілей сталого розвитку.

Інформаційні джерела

1. Alonso-Almeida M., Rodríguez-Antón J.M. The Role of Institutional Engagement at the Macro Level in Pushing the Circular Economy in Spain and Its Regions. *Int J Environ Res Public Health*. 2020. Vol. 17(6). Art. 2086.

2. Circular economy. URL: <https://www.europarl.europa.eu/topics/en/topic/circular-economy>.

3. Накісько О.В., Руденко С.В. Державна підтримка агропромислового комплексу в контексті інноваційно-інвестиційного відтворення. *Вісник ХНТКСГ. Харків: ХНТУСГ* 2015. Вип. 161. С. 239-245.

УДК 330.3

DOI:10.5281/zenodo.11915432

С.Ю. Кулакова, канд. екон. наук, доц. (НУІІІ, Полтава)

М.С. Сінельников, здоб. ОС «магістр» (НУІІІ, Полтава)

РИЗИКИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

В сучасних умовах підприємствам в Україні доводиться турбуватися про значний ризик, що стає необхідним фактором у плануванні подальшого розвитку. Ризики в господарській діяльності завжди несуть потенційні небезпеки. Навіть керівникам підприємств далеко не завжди вдається уникнути ризикованих ситуацій, що може вплинути на їх діяльність негативно.

Сучасні умови в Україні приносять безпрецедентні ризики для всіх суб'єктів підприємницької діяльності. Українсько-російська війна, розпочата російською федерацією у 2014 році, спочатку спричинила дестабілізацію на регіональному рівні через окупацію Криму та бойові дії в Донецькій та Луганській областях. Це призвело до економічного спаду через втрату контролю над частиною території та її економічним потенціалом. Проте, з часом вітчизняна економіка адаптувалась до умов ведення гібридної війни, зокрема за рахунок активної підтримки держави шляхом впровадження механізмів податково-бюджетної та регіональної політики. Однак відкрита збройна агресія росії 24 лютого 2022 року стала причиною значних нових викликів, ризиків та проблем для розвитку України держави та її економіки.

Без працюючої економіки перемога у війні неможлива. Тим не менш, звичайний порядок функціонування економіки був значно порушений через низький інвестиційний клімат, постійні зміни у регуляторній та податковій політиці держави та законодавстві, яке регулює правила ведення бізнесу тощо. Після розпочаття повномасштабної війни українські компанії зазнали серйозних збитків. Згідно з різними оцінками та опитуваннями, приблизно половина підприємств припинила свою роботу. Ті, хто продовжив працювати в нових умовах, радикально змінили свої стратегії та методи.

Сучасні виклики ставлять перед бізнесом і владою ряд завдань, серед яких ключовим є функціонування підприємств у умовах конфлікту. Важливо, щоб підприємства продовжували працювати, оскільки це важливо для фінансування державного бюджету та збереження економічної стабільності. Незважаючи на всю невизначеність майбутнього, більшість вітчизняних компаній

продовжують працювати, зберігаючи робочі місця та сприяючи країні в досягненні перемоги. В таких умовах зростає необхідність виявлення ймовірних загроз та ризиків для функціонування бізнесу, а також визначення напрямків їх нейтралізації.

Варто зазначити, що ризики існують постійно, навіть за найсприятливіших умов для розвитку компанії, і відіграють важливу роль у діяльності підприємства. Проведення аналізу ризиків, оцінка їх впливу та врахування можливих наслідків є ключовими для забезпечення ефективної господарської діяльності компанії.

Однак з початком війни суб'єкти економіки почали жити в нових умовах, в новій реальності, для якої характерними є наступні фактори: міграція людей і непорозуміння щодо їх повернення; відсутність особистої безпеки будь-де; ризик втрати майна внаслідок знищення; зовнішньоекономічні обмеження; збільшення кількості компаній, які не можуть виконати свої зобов'язання. Якщо додати до цього переліку кардинальні зміни законодавства, то отримаємо ситуацію, коли кожна компанія стикається з багатьма ризиками одночасно.

Загрози, спричинені введенням воєнного стану в Україні, суттєво вплинули на систему управління підприємством, збільшуючи непередбачуваність подій та розвитку ситуації, призвели до появи додаткових специфічних ризиків, які не є типовими для нормального мирного періоду. У таких умовах управління підприємствами обмежується та потребує адаптації до зовнішнього середовища; особливого значення набуває впровадження ризик-орієнтованого управління та переорієнтація механізмів управління відповідно до особливих умов воєнного стану.

Після ухвалення Закону про мобілізацію основними ризиками для господарської діяльності підприємства стає можливість мобілізації працівників, зокрема ключових спеціалістів, примусове відчуження майна на потреби війська, виконання спеціальних військових завдань, зокрема оборонного характеру. Також серед найважливіших факторів слід виділити втрату налагоджених зв'язків з ключовими партнерами, що знаходяться на окупованих територіях або зазнали збитків під час бойових дій і не можуть виконувати свої контрактні зобов'язання; введення спеціального режиму перетину кордону, що впливає на імпортно-експортні операції; скорочення або повна втрата ринків збуту через порушення логістичних потоків поставок, руйнування інфраструктури, зниження попиту від покупців і власників споживчої продукції; неможливість передбачати реальні обсяги доходів і збитків від операційної діяльності, наявність загрози поповненню оборотних коштів та інше.

УДК 334.021

DOI:10.5281/zenodo.11915466

Г.Г. Лисак, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «РИЗИК» У КОНТЕКСТІ НАУКОВИХ КОНЦЕПЦІЙ

Здійснення економічної діяльності та розвиток бізнесу в сучасних умовах вимагають особливої уваги до оцінки ризиків підприємства та побудови грамотної системи управління ними.

Ризик є складним явищем, що має велику кількість несхожих, а буває, що і протилежних основ, через що поняття «ризик» може бути охарактеризовано з різних точок зору.

Розгляд еволюції поняття ризику за аспектами дозволив визначити такі основні напрямки. Перший напрямок представлений класичною школою. Представники цього напрямку характеризують підприємця, який будучи власником капіталу, заради реалізації комерційних ідей свідомо йде на ризик, оскільки вкладення капіталу завжди містить елемент ризику. При цьому рівень ризику пов'язувався із рівнем підприємницького прибутку, описуючи прибуток як «винагороду за клопіт та ризик, пов'язані з виробничим застосуванням капіталу», що властиво даній школі, проте слід зазначити, що визнаючи наявність ризику, питанням управління ризиком та його оцінці не приділялося уваги.

Перехідний момент у вивченні проблематики ризику відображено у роботах представників неокласичної школи, де вони розглядають підприємця, який здійснює свою діяльність в умовах ризику. Наголошується на наявності альтернатив, при виборі яких економічний суб'єкт керуватиметься розмірами очікуваного прибутку та величиною його можливих коливань. Таким чином, підприємець робить вибір на користь гарантованого прибутку, а не прибутку такого ж розміру, але пов'язаного з великими ризиками.

Головна відмінність класичної та неокласичної теорії підприємницького ризику полягає у відношенні до можливості існування позитивного відхилення від очікуваної величини прибутку. Однак обидві ці школи розглядають ризик як наслідок невизначеності середовища, в якому функціонує компанія, не поділяючи ці два поняття.

Вперше співвідношення термінів «ризик» та «невизначеність», розглянуто в роботах Ф. Найта [1], який розуміє під ризиком оцінену будь-яким способом ймовірність, а під невизначеністю - таку ситуацію, яка унеможливило зробити обчислення, розрахувати чисельну

ймовірність, хоч би навіть суб'єктивну. Також у його роботах підкреслено можливість вимірювання ризику. Так, тільки у разі ризику «розподіл результатів у групі відомий» [1], тоді як у випадку з невизначеністю спрогнозувати результат буде неможливо.

Наступним кроком у розвитку теорії ризику є теорія стратегічних ігор, вперше представлена у статті Джона фон Неймана, а потім у праці, виданій у співавторстві з О. Моргенштерном [1]. Відмінність цієї теорії полягала в тому, що якщо раніше підприємець розглядався ізольовано, то теорія стратегічних ігор бере до уваги його оточення, де кожен намагається максимізувати свої вигоди одночасно, знаючи про цілі, вигоди та можливі дії інших. Якщо попередні теорії розглядали ризик як даність, то їй приділяли недостатню увагу її походженню, то теорія ігор продемонструвала наміри інших як джерело ризику.

Наступним етапом стала поява роботи американського економіста Г. Марковіца «Формування портфеля» [2], де запропонував показник дисперсії, застосований у процесі оцінки ризику, тим самим замінюючи прийняття рішень, вироблене інтуїтивної основі, статистичними розрахунками, і навіть розробив алгоритм формування ефективного інвестиційного портфеля.

Як впливає з проведеного аналізу, зміст такого поняття як «ризик», зазнав великих змін, кожна з наукових шкіл вносила свій внесок у його розуміння. Однак, розглядаючи еволюцію цього поняття, можна виділити основні його складові, такі як результат ризикової діяльності та вимір ризику. Результат діяльності: якщо класична школа пов'язувала ризик лише з можливими втратами, то починаючи з представників неокласичної школи результат ризикової діяльності розглядається як позитивне відхилення прибутку. Вимірювання ризику: представники класичної та неокласичної шкіл вважали ризик невід'ємним елементом економічної діяльності.

Співвідношення понять ризик та невизначеність – можливість вимірювання ризику та відхилення реального прибутку від запланованого зажадало поділу понять ризик та невизначеність. Так, є два потенційні джерела невизначеності:

- невизначеність у зв'язку з неповним знанням про фактори, що впливають на поведінку економічних суб'єктів;
- невизначеність, як наслідок внутрішньої непередбачуваності у поведінці економічних суб'єктів, які визначають свої рішення з урахуванням потенційного значення випадкових впливів.

Відповідно до цього підходу невизначеність характеризується відсутністю достатніх знань про умови.

Також деякі науковці пов'язують невизначеність із суб'єктивним сприйняттям ризику, коли рішення приймається на основі наявної у суб'єкта інформації, яка може бути неповною.

Ризик має об'єктивну природу і існує незалежно від того, чи усвідомлюють учасники економічної діяльності його наявність, чи враховують його під час ведення бізнесу. У той самий час ризик пов'язаний з вибором певних альтернатив, розрахунків ймовірностей результату, у яких проявляється його суб'єктивна природа та залежність від учасників економічних процесів.

Поділ понять ризику та невизначеності також спричинив необхідність конкретизації джерел ризику.

Невизначеність є невід'ємною складовою оточення економічного суб'єкта. П. Хейне [2] зазначає, що прибуток «виникає через невизначеність, за відсутності якої все, що стосується отримання прибутку, було б широко відомо, всі можливості її отримання були б повністю використані, і, отже, скрізь дорівнювали б нулю». Науковцем зазначається, що обов'язковою умовою ризикової ситуації є наявність невизначеності. Так, невизначеність є неодмінним елементом ситуації ризику.

На основі проведеного аналізу можна виділити такі аспекти поняття «ризик»:

- результат ризикової ситуації може бути як позитивним, так і негативним для економічного суб'єкта;
- ризик містить елемент випадковості та ймовірність будь-якого результату (кількісний захід ризику);
- неодмінною умовою існування ризику є невизначеність;
- джерелом ризику може бути як зовнішнє, так і внутрішнє середовище економічного суб'єкта.

Таким чином, ризик можна визначити, як кількісно вимірювану можливість відхилення запланованого доходу економічного суб'єкта від фактично отриманого.

Інформаційні джерела

1. Бортнікова Є.В. Історія походження та сутність понять «ризик», «ризик-менеджмент» та «операційні ризики». Ефективна економіка. 2012. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1336>

2. Вараксіна О.В., Кругова А.О. Сутність підприємницького ризику в господарській діяльності підприємства. Економіка та суспільство. 2021. № 4. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/217/208>

УДК 341.9:637.5

DOI:10.5281/zenodo.11915483

Г.П. Лисенко, наук. співр. (ІІП НААН, Київ)

ГАРМОНІЗАЦІЯ ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ З АКТАМИ ПРАВА ЄС ЩОДО ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ ТВАРИННИЦТВА

У 2023 році Україна продовжувала роботу щодо впровадження Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, яка була укладена у 2014 році. Станом на 2023 рік Україною виконано 77% від загального обсягу зобов'язань за цією Угодою, зокрема у сферах сільського господарства – 70%, санітарних та фітосанітарних заходів – 82%. Загальний прогрес виконання Угоди у 2023 порівняно із 2022 роком склав 5%, у сфері сільського господарства – 7%, санітарних та фітосанітарних заходів – 10% [1].

На виконання Угоди про асоціацію та з метою наближення вітчизняного законодавства до актів права ЄС в сфері *санітарних та фітосанітарних заходів* у 2023 році важливими для галузі тваринництва та, зокрема виробництва м'яса та м'ясних продуктів, було прийняття наступних нормативно-правових актів:

- закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо вдосконалення державного регулювання продовольчої безпеки та розвитку тваринництва» (№ 3221-ІХ від 30 червня 2023 р.), що має вдосконалити регулювання продовольчої безпеки та розвитку тваринництва. Очікується, що, через посилення гігієнічних вимог та більш детальне маркування, споживачі отримуватимуть безпечну харчову продукцію;

- постанови КМУ «Про затвердження Положення про Національну установу України з ветеринарних препаратів та кормових добавок» (№ 235 від 17 березня 2023 р.). Цією постановою визначаються організація діяльності, завдання та повноваження державної наукової установи, якій Держпродспоживслужба дає право проводити наукову оцінку (експертизу) ветеринарних лікарських засобів та кормових добавок, їх державну реєстрацію та проведення науково-дослідних робіт з розроблення нових методів контролю їх безпечності та якості тощо;

- постанови КМУ «Деякі питання діяльності державних надзвичайних протиепізоотичних комісій» (№ 1056 від 6 жовтня 2023 р.). Ця постанова визначає основні засади функціонування та організації діяльності Державної надзвичайної протиепізоотичної

комісії при Кабінеті Міністрів України та місцевих державних надзвичайних протиепізоотичних комісій. Вони мають здійснювати оперативний контроль, керівництво і координацію діяльності органів виконавчої влади, фізичних та юридичних осіб незалежно від форми власності щодо запобігання спалахам масових хвороб тварин, отруєнням та їх ліквідації.

Також у 2023 році було затверджено ряд важливих для виробництва м'яса та м'ясних продуктів наказів Мінагрополітики, а саме:

- наказ Мінагрополітики від 27 березня 2023 р. №625 «Про внесення змін до наказу Міністерства аграрної політики та продовольства України від 20 жовтня 2022 року № 813 та затвердження Вимог до окремих показників якості для м'яса свійської птиці», зареєстрований в Міністерстві юстиції України 5 квітня 2023 р. за №579/39635;

- наказ Мінагрополітики від 2 червня 2023 р. № 1228 «Про затвердження Вимог до інкубаційних яєць та молодяку свійської птиці», зареєстрований в Міністерстві юстиції України 19 червня 2023 р. за № 1021/40077;

- наказ Мінагрополітики від 8 серпня 2023 р. № 1503 «Про затвердження форм актів, складених за результатами проведення планових (позапланових) заходів державного контролю (інспектування) стосовно дотримання операторами ринку вимог законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин, а також інших форм розпорядчих документів», зареєстрований в Міністерстві юстиції України 8 серпня 2023 р. за № 1597/40653 [1].

У 2023 році Кабінет Міністрів України здійснив масштабну внутрішню оцінку стану наближення українського законодавства до законодавства ЄС. Відповідно до «Звіту за результатами проведення первинної оцінки стану імплементації актів права Європейського Союзу (ACQUIS EC)» [2] 2739 актів права ЄС підлягають подальшій повній та/або частковій імплементації, 1625 – імplementовано повністю, 23456 – не потребують імплементації.

До розділу «Сільське господарство та розвиток сільських територій» відносять 1370 актів, з яких 11 (0,8%) повністю імplementовані, 84 (6,1%) – підлягають імплементації, 1275 (93,1%) – не потребують її.

Серед актів права ЄС, що підлягають імплементації і стосуються галузі тваринництва, зокрема є: Регламент Комісії (ЄС) № 2180/81 від 30 липня 1981 р., що встановлює правила, які встановлюють обмеження

щодо інвестиційної допомоги для виробництва свиней; Регламент Ради (ЄС) № 1945/81 від 30 червня 1981 р. про обмеження інвестиційної допомоги для свинарства тощо. Ці Регламенти в майбутньому планується імплементувати постановами Кабінету Міністрів України.

До розділу «Продовольча безпека, ветеринарна та фітосанітарна політика» відносять 2607 актів, з яких 80 (3,1%) повністю імплементовані, 304 (11,6%) – підлягають імплементації, 2223 (85,3%) – не потребують її. Серед них важливими для нас є акти щодо кормів для тварин, здоров'я тварин і зоотехніки, захисту тварин (вимоги до благополуччя сільськогосподарських тварин при їх утриманні) та харчових продуктів тощо. В розрізі цих сфер рівень імплементації актів права ЄС є наступним:

- Корми для тварин: 12 актів права ЄС потребують імплементації, 11 – імплементовано повністю;
- Здоров'я тварин і зоотехніка: 59 актів права ЄС потребують імплементації, 35 – імплементовано повністю;
- Захист тварин: 11 актів права ЄС потребують імплементації;
- Харчові продукти: 47 актів права ЄС потребують імплементації, 20 – імплементовано повністю [2].

Для подальшої ефективної гармонізації законодавства з нормами та стандартами ЄС Україні необхідно подолати ряд проблем, серед яких значними є недостатня кількість кваліфікованих фахівців, обмежений час для вивчення, аналізу та узагальнення інформації щодо актів права ЄС, необхідність експертної міжнародної підтримки та технічної допомоги, необхідність додаткового фінансування, оскільки частина зобов'язань потребує створення нових органів державної влади, закупівлі програмного забезпечення та технічного обладнання тощо.

Інформаційні джерела

1. Звіт про виконання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом за 2023 рік. *Урядовий портал*. URL: https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/55-GOEEL/zvit-pro-vykonannia-ua-za-2023-UA_2.pdf.
2. Звіт за результатами проведення первинної оцінки стану імплементації актів права Європейського Союзу (ACQUIS ЄС). *Урядовий портал*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/55-GOEEL/zvit-UA.pdf>.

УДК 336.2

DOI:10.5281/zenodo.11915505

В.В. Макогон, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ФІНАНСОВИХ ВАЖЕЛІВ ВІДШКОДУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ШКОДИ ДО МЕХАНІЗМУ НАРАХУВАННЯ ПДВ

Екологічні проблеми є невід'ємною частиною існування людської цивілізації. Серед фінансових факторів їх мінімізації провідна роль належить принципу "забруднювач платить" [1]. Він передбачає, що забруднювачі повинні покривати збитки, пов'язані зі шкодою навколишньому середовищу. Однак на його реалізацію накладено значне коле екологічних, інституційних та соціально-економічних обмежень (зокрема, вміст свинцю у викидах вихлопних газів, автомобільний транспорт, акцизи на паливо, мішки для сміття з передоплатою).

З екологічної точки зору важко встановити стандарти для вимірювання забруднення та шкоди. На інституційному рівні законодавці змушені спрямовувати кошти "в першу чергу" на природоохоронні заходи і політику, а не в державний бюджет в цілому [1]. При цьому не враховуються деякі моменти. По-перше, забруднення навколишнього середовища часто є багатофакторним явищем, в якому можуть брати участь кілька суб'єктів. По-друге, не завжди можливо точно визначити вартість втрат. По-третє, перерахування доходів від зборів до спеціальних фондів не відповідає принципу універсальності податків [2].

З соціальної точки зору екологічні податки можуть викликати труднощі через витрати на дотримання юридичних і адміністративних вимог [3], ризику розмивання податкової бази [4] і уповільнення економічного зростання [5], складності визначення податкових ставок [6], спотворення конкуренції [7], фіскальний регрес [8].

Дослідники пропонують адаптувати акцизи до несприятливих зовнішніх впливів на основі принципу "забруднювач платить" [11]. Т. Куршен [12] пропонує встановити двосторонній податок на викиди CO₂, який застосовується до сукупного вуглецевого сліду продукту під час його споживання. Дж. Стігліц [13] пропонує ввести двосторонній ПДВ, що стягується на кожному етапі продуктового ланцюга і перекладається на споживачів. Р. Моррісон [16] обґрунтовує екологічний ПДВ як засіб зниження забруднення, виснаження та екологічних втрат. Дж. Альбрехт [14] пропонує використовувати оцінку життєвого циклу (LCA) для визначення товарів, що оподатковуються

"зеленими" податками. Деякі дослідники підкреслили необхідність грошового ОЖЦ (LCA) [15]. Де Каміліс та М. Горальчик [9] також пропонує встановити ставку ПДВ на товари та послуги на основі LCA. Відповідно до запропонованого підходу акциз пропонується замінити податком на шкоду навколишньому середовищу і податком на додану вартість (податок на шкоду і додану вартість – DeVAT).

Оцінка життєвого циклу (LCA) визначає потенційний вплив на навколишнє середовище на всіх етапах життєвого циклу товару чи послуги (видобуток, виробництво, розповсюдження, використання та утилізація). Вплив оцінюється на основі різноманітності екосистем, здоров'я людини та збереження природних ресурсів. Слід зазначити, що наслідки зміни клімату, виснаження стратосферного озонного шару, токсичності для людини і навколишнього середовища, іонізуючого випромінювання, утворення легких окислювачів, підкислення океану, евтрофікації, землекористування і видів комплексної ручної оцінки життєвого циклу можуть бути зібрані і зважені. Його слід використовувати для коригування впливу товару чи послуги та ставок ПДВ.

Категорія "екологічний збиток" відноситься до визначення показників найвищого ступеня небезпеки, тобто здоров'я людини, якості екосистеми, природних ресурсів тощо та обчислюється зважаючи на погіршенні показників, що їх характеризують[10]. Не лише як загроза окремим особам та майну, а й як загроза особистості, суспільству, економіці тощо.це також визначається як втрата бажаного, незалежно від контексту. Як результат, збитки, пов'язані з виробництвом та споживанням, можуть мати економічний чи соціальний вимір, що виходить за рамки класичного ДМС. Податок на збитки та податок на додану вартість (позов) повинні тлумачитися як акциз відповідно до Закону про LCA.

Податок на шкоду та додану вартість (DaVAT), заснований на LCA товарів та послуг, зменшує шкоду здоров'ю людини, ресурсам, навколишньому середовищу, часу, простору та переміщенню інших категорій забруднення. Основний сенс запровадження DaVAT полягає у сприянні зменшенню загального впливу на навколишнє середовище на додаток до зменшення витоку та зміни впливу на навколишнє середовище. Таким чином, DaVAT - це не лише інструмент для зменшення впливу виробництва та споживчої діяльності на навколишнє середовище, але й новий інформаційний та консультативний інструмент як для бізнесу, так і для споживачів, який повинен допомогти їм прийняти правильні інвестиційні рішення та рішення про перехід на споживання зеленої енергії. Навіть якщо загальна сукупна екологічна

оцінка не зазнала суттєвих змін (слабкі сторони компенсуються сильними сторонами), все одно можливо знизити кінцеву ціну товару або збільшити прибуток.

Інформаційні джерела

1. OECD (1972) Recommendation of the council on guiding principles concerning international economic aspects of environmental policies. Council document n° C(72)128. Paris, France
2. De Sadeleer N (2014) EU environmental law and the internal market. Oxford University Press, Oxford
3. Pavel J, Vitek L (2012) 15 transaction costs of environmental taxation: the administrative burden. In: Handbook of research on environmental taxation. Edward Elgar, Cheltenham, pp 273–282.
4. Kosonen K (2010) Why are environmental tax revenues falling in the European Union? In: Critical issues in environmental taxation: international and comparative perspectives, vol 8. Oxford University Press, Oxford, pp 37–51
5. Barker T, Köhler J (1998) International competitiveness and environmental policies. Edward Elgar, Cheltenham, UK
6. Mankiw NG, Taylor MP (2014) Economics. 3rd revised edition. Thomson learning, Andover, UK
7. Vogelaar FOW (1994) Towards an improved integration of EC environmental policy and EC competition policy: an interim report. In: Annual proceedings of the Fordham corporate law institute 22, pp 529–564
8. Ekins P, Dresner S (2004) Green taxes and charges: reducing their impact on low-income households. Joseph Rowntree Foundation, London
9. De Camillis C, Goralczyk M (2013) Towards stronger measures for sustainable consumption and production policies: proposal of a new fiscal framework based on a life cycle approach. Int J Life Cycle Assess 18(1):263–272.
10. Guinée JB, Gorée M, Heijungs R, Huijbregts M. (2002) Handbook on life cycle assessment. Operational guide to the ISO standards. Kluwer Academic Publishers, New York
11. Pigou AC (1920) The economics of welfare. McMillan&Co, London
12. Courchene TJ, Allan JR (2009) Climate change: the case for a carbon tariff / tax. Policy Options 29:59–64
13. Stiglitz JE (2013) Sharing the burden of saving the planet: global social justice for sustainable development. In: Kaldor M, Stiglitz JE (eds) The quest for security: protection without protectionism and the challenge of global governance. Columbia University Press, New York, pp 161–190.
14. Albrecht J (2006) The use of consumption taxes to re-launch green tax reforms. Int Rev Law Econ 26(1):88–103.
15. Pizzol M, Weidema B, Brandão M, Osset P (2015) Monetary valuation in life cycle assessment: a review. J Clean Prod 86:170–179.
16. Morrison R (2007) Markets, democracy & survival. Writer's Publishing Cooperative, Warner

УДК 327(427)

DOI:10.5281/zenodo.11915535

А.В. Непиталюк, д-р філософії з економіки (ВТЕІ ДТЕУ, Вінниця)

Е.В. Мазур, здобувач ОС «бакалавр» (ВТЕІ ДТЕУ, Вінниця)

МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ У СФЕРІ СОЦІАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

У сучасному світі, де глобалізація стає все більш відчутною, питання соціальної справедливості виходить на перший план. Міжнародні стандарти відіграють ключову роль у цій сфері, визначаючи мінімальний рівень соціального захисту та гарантуючи гідні умови життя для людей по всьому світу.

Дослідження у сфері міжнародної стандартизації соціальних послуг видаються достатньо актуальними.

Міжнародні стандарти – це загальні правила, які є уніфікованими та застосовуються до конкретних сфер правозастосування та регулювання, і вони вважаються правовим рівнем, нижче якого державам не дозволяється опускатися.

Міжнародні соціальні стандарти – це сукупність правил, записаних у міжнародних законах, які гарантують хороші умови життя, особистісне зростання та соціальний захист людей. Законодавство кожної держави повинно прийняти ці стандарти шляхом підписання та ратифікації міжнародних договорів, а також вони повинні бути оновлені та модифіковані відповідно до поточної ситуації в цій країні.

Процес вибору групи глобальних соціальних норм пов'язаний з такими факторами:

- постійним розвитком значення і ролі соціальної стандартизації для становлення демократичної правової держави та міжнародного співтовариства впливає визнання та захист прав людини;

- декларацією на міжнародному рівні важливості соціальних прав;

- об'єктивною вимогою узгодження світових і національних соцстандартів прав людини тощо.

Загальноприйнятий у світі рівень застосування прав у сферах праці, соціального захисту і освіти визначається міжнародно-правовим документом (угодою). У науці права соціального забезпечення не існує єдиного способу розуміння терміну «міжнародні соціальні стандарти».

Вважається, що міжнародні соціальні стандарти – це сукупність норм, закріплених у міжнародно-правових актах, які визначають гідні умови життя людей та забезпечують розвиток особистості та соціальну

безпеку. Ці стандарти повинні бути прийняті національним законодавством шляхом підписання та ратифікації міжнародних договорів, а також повинні бути сформульовані та скориговані в майбутньому відповідно до існуючих умов країни.

У сфері соціального забезпечення стандарти є керівними принципами щодо надання конкретних видів соціальних послуг, передбачених міжнародними угодами, які пропонують державі їх реалізувати. Норми та нормативи, що стосуються мінімального розміру окремого виду соціальної підтримки, не можуть бути меншими розміру, встановленого міжнародним договором.

Міжнародні соціальні стандарти – це не просто правила, а й індикатори, стандарти чи параметри, які допомагають їх вдосконалювати та захищати.

Таким чином, міжнародні соціальні стандарти виступають важливим інструментом, що допомагає державам розробляти та впроваджувати ефективні та справедливі системи соціального захисту. Вони сприяють зниженню нерівності, підвищенню якості життя людей, захисту прав людини, згуртованості та стабільності в суспільстві. Розуміння міжнародних соціальних стандартів – це необхідна умова для розробки ефективної соціальної політики на національному та міжнародному рівні.

Інформаційні джерела:

1. Грановська І. В., Макачук І. М. Інституційні засади фінансового забезпечення соціальних стандартів. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. № 3(2). С. 122–128.

2. Опішняк С. О. Міжнародні соціальні стандарти: порівняльно-правовий аналіз. *Право і суспільство*. 2020. № 2. С. 58–63.

3. Чорна Є. В., Кошова С. П. Державне управління соціальним розвитком та впровадження міжнародних соціальних стандартів. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 19. С. 115–122.

4. Khachatryan, V., Nepyaliuk, A., Pasichnyi, M., Nasibova, O., & Tabenska, J. (2023). Demographics' impact on economic growth in Central Europe and the Baltic states. *Economics – Innovative and Economics Research Journal*, 11(Special issue 1), 37–54. <https://doi.org/10.2478/eoik-2023-0062>.

УДК 331.108.2

DOI:10.5281/zenodo.11915711

І.О. Ромашенко, здоб. ступ. PhD (ДБТУ, Харків)

К.М. Краснощок, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В наш час процес управління персоналом є одним із найбільш важливих аспектів функціонування підприємства, який сприяє підвищенню ефективності системи менеджменту та збільшенню рівня його прибутковості, економічного розвитку і конкурентоспроможності.

Метою дослідження є пошук напрямів підвищення ефективності управління персоналом на підприємствах.

Управління персоналом є однією з головних функцій будь-якого підприємства, пов'язане з використанням можливостей працівників багаторазово підвищити його ефективність. Сьогодні існує багато різноманітних підходів, що стосуються визначення сутності «управління персоналом». М.М. Новікова, Л.О. Мажник у своїх працях писали, що управління персоналом – це діяльність, що спрямована на досягнення найбільш ефективного використання працівників для досягнення цілей підприємства та особистісних цілей [1]. Л.І. Михайлова писала, управління персоналом – це сукупність механізмів, принципів, форм і методів взаємодії при формуванні, розвитку та діяльності персоналу організації, що реалізується як ряд взаємопов'язаних напрямків та видів діяльності [2]. М.О. Тонюк наголошувала, що управління персоналом – це цілеспрямована систематична діяльність з формування оптимальної структури працівників необхідної для підприємства кваліфікації та якості, розробка ефективної системи їх мотивації та контролю з метою постійного розвитку підприємства [3].

Оцінювання ефективності системи управління персоналом набуло особливо великого значення у зв'язку з війною в Україні. А.В. Череп та І.М. Дашко пропонують характеризувати ефективність управління персоналом за кількома критеріями: ступінь досягнення цілей; оцінка компетенцій; оцінка мотивації; вивчення статистики людських ресурсів; оцінка витрат [4]. Л.І. Михайлова трактує ефективність управління персоналом як комплекс взаємопов'язаних економічних, організаційних та соціально-психологічних методів, що забезпечують ефективність трудової діяльності та конкурентоспроможності підприємств [2].

Головною метою системи управління персоналом є забезпечення ефективності роботи з організації людських ресурсів та усунення недоліків та такими критеріями: високий рівень виконання планів, задоволеність працівників, довгострокова відсутність порушень дисципліни, відсутність нещасних випадків, а найголовніше стабільна та злагоджена робота всіх підрозділів організації [5].

На нашу думку, можна виділити такі шляхи вдосконалення системи управління персоналом на вітчизняних підприємствах:

1) впровадження ефективного організаційно-економічного механізму забезпечення кваліфікованим персоналом стратегічних проєктів;

2) забезпечення зростання сукупних доходів співробітників;

3) удосконалення системи мотивації;

4) забезпечення задоволеності персоналу системою мотивації;

5) розробка й впровадження стандартів оцінки професійних знань і навичок;

6) проведення незалежної оцінки ключових фахівців підприємства;

7) розробка й впровадження системи оцінки впливу якості управління персоналом на ринкову вартість компанії;

8) розробка випереджальних програм навчання з використанням сучасних технологій;

9) цілеспрямована взаємодія з установами освіти по відборі кращих випускників;

10) підготовка молодих фахівців на основі розробки індивідуальних комплексних планів розвитку.

Наслідками впровадження саме цих шляхів підвищення системи управління персоналом можуть стати:

- підвищення рівня мотивації працівників на підприємстві;

- зростання продуктивності праці;

- зменшення плинності кадрів;

- регулювання та усуненню недоліків, які виникають у процесі виробничих відносин;

- створення сприятливої атмосфери в трудовому колективі та формування корпоративної культури на підприємстві;

- формування у працівників нових навичок і вмінь у процесі навчання, підвищення кваліфікації персоналу, розвитку творчого потенціалу;

- збільшення прибутків підприємства та у цілому поліпшенню його іміджу, позиції в сучасному конкурентному ринковому середовищі [6].

Отже, можна зробити висновок, що персонал – це особовий склад працівників організації, який працює за наймом, що виконує виробничі та управлінські операції і що володіє певними ознаками, без якого б організація не набувала розквіту і досягала успіхів.

Стратегія управління персоналом повинна вироблятися з урахуванням як інтересів керівництва організації, так і інтересів її персоналу. Ефективне функціонування підприємства в умовах динамічного та висококонкурентного ринкового середовища можливе лише за умови, що в системі менеджменту сформована стратегія та політика, яка визначає принципи оцінки компетенції, відбору, розвитку, мотивації працівників, здатних на високопрофесійному рівні реалізовувати заплановані рішення [7].

Закордонний досвід у сфері менеджменту персоналу свідчить, що за останнє десятиріччя керівники підприємств та кадрових служб акцентують свою увагу, перш за все, на розвитку людських ресурсів, тому багато компаній світу вважають найбільш пріоритетним способом конкурентної боротьби саме розвиток персоналу, його інтелект.

Інформаційні джерела

- 1.Новікова М.М. Технологія управління персоналом: теоретичні та методичні аспекти. Харків: ХНАМГ, 2016. 215 с.
- 2.Михайлова Л.І. Управління персоналом. Київ: Центр учбової літератури, 2015. 248 с.
- 3.Тонюк М.О. Удосконалення процесу управління персоналом підприємства. Економіка і управління. 2017. №4. С. 61–65.
- 4.Дудукало Г.О. Механізм забезпечення ефективності управління персоналом машинобудівних підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.00.04. Київ, 2015. 20 с.
- 5.Залобінська Л. М. Управління персоналом : Ч. 1 / Л. Одеса : Одеський нац. ун-т, 2016. 252 с.
- 6.Продіус О.І. Шляхи підвищення ефективності управління персоналом на підприємстві. Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2020. № 4 (50). С. 57-65.
- 7.Buhas, V., Bugas, V., & Kochirko, M. Удосконалення системи управління персоналом підприємства. Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій. 2021. №2(8). С. 48-54.

УДК 331.3: 35.088

DOI:10.5281/zenodo.11915925

І.О. Романащенко, здоб. ступ. PhD (ДБТУ, Харків)

М.А. Кузьменко, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)

ЄВРОПЕЙСЬКІ МЕТОДИКИ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ: ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Тайм-менеджмент – це управління робочим і особистим часом для досягнення поставлених цілей. В наш час існує безліч методик управління часом, які засновані на головних принципах тайм-менеджменту, таких як постановка цілей, планування, розміщення пріоритетів, дії відповідно до складеного плану; безпосереднє виконання плану і, зрештою, досягнення поставленої мети.

Метою дослідження є визначення сутності тайм-менеджменту, здійснення аналізу наявних європейських методик управління часом та їх впровадження на підприємствах України.

Існує значна кількість визначень поняття тайм-менеджменту. Тайм-менеджмент – це мистецтво управління не тільки своїм часом, але й життям загалом. Браян Трейсі порівнює його з сонцем, а всі складові життя людини (сім'я, стосунки з іншими людьми, доходи, заробіток, здоров'я, саморозвиток) вважає планетами, які рухаються навколо нього [1]. Ф. О'Коннел розглядає поняття тайм-менеджменту як вміння балансувати між роботою та особистим життям [2].

Якщо розглядати ситуацію тайм-менеджменту в Україні, то можна побачити, що перед персоналом та менеджерами вітчизняних підприємств стоїть завдання адаптації до змін в організації, на ринку, в економіці країни, у світовій економіці загалом. В цій ситуації розвитку та змін в країні фактор часу в економічних процесах та діяльності людини стає все більш актуальним. Керівники мають усвідомити необхідність ефективного управління часом [3].

Розглянемо найбільш відомі в європейській практиці методи тайм-менеджменту.

1) Закон Парето (принцип Парето), або правило 80/20, – один з найбільш поширених способів оцінки ефективності будь-якої діяльності. Його сутність полягає в тому, що 20% зусиль дають 80% результату, а інші 80% зусиль реалізуються лише на 20%. Таким чином, можна зрозуміти, що за умови вибору тих оптимальних ресурсів, які дають найбільший ефект, можна досягти високих результатів малими затратами [1].

2) Методика розміщення пріоритетів по «матриці Ейзенхауера». Відповідно до цієї методики кожна справу залежно від її важливості та терміновості необхідно віднести до одного з 4-х типів пріоритетності: А – тобто і важливі, і термінові; В – тобто важливі, але не термінові; С – тобто не важливі, але термінові; D – тобто не важливі і не термінові. Важливість справи визначається тим, наскільки результат її виконання впливає на діяльність, а терміновість – водночас двома факторами: по-перше, тим, наскільки швидко треба виконати цю справу, по-друге, тим, чи прив'язане виконання цієї справи до конкретної дати і конкретного часу [5].

3) Піраміда Франкліна – це комплексна система постановки та досягнення цілей, яка розрахована на все життя (рис. 1). Відмінність піраміди Франкліна від інших методик полягає в тому, що вона планує не тільки час, але й зайнятість, шляхи досягнення глобальної мети. Ця техніка спрямована на виявлення того, що має бути зроблено, а не на перегляд поточної діяльності з метою більш ефективної її організації. Це готова система планування, яка допомагає правильно розпорядитися своїм часом і досягти поставлених цілей.



Рисунок 1 - Піраміда Франкліна

4) Метод АБВГД, що є ефективним способом розміщення завдань за пріоритетністю, який можна застосовувати щодня. Цей метод простий і настільки ефективний, що здатний за умови регулярного і грамотного використання звести працівника в ранг найпродуктивніших людей в певній сфері діяльності: - завдання «А» обов'язкове для виконання на кожен день; - завдання «Б» – це робота, яку слід було б виконати; - завдання «В» визначається як те, що добре було б зробити, але від чого не варто очікувати ніяких наслідків, зроблено це чи ні; - завдання «Г» – це робота, яку можна і потрібно делегувати комусь іншому; - завдання «Д» – це робота, яку можна і потрібно зовсім видалити зі списку справ [5].

5) Getting Things Done (GTD) – це методика тайм-менеджменту, заснована Девідом Алленом. Основна ідея методу полягає в тому, що людині необхідно розвантажити голову від зайвої рутинної інформації, перенісши її на зовнішній носій, зокрема в лотки з паперами, книжку-щоденник або електронний органайзер. Згідно з методом GTD з інформацією, що надходить, краще працювати в кілька стадій: 1) збір; 2) обробка; 3) організація; 4) огляд; 5) дії.

Золоте правило планування свідчить про те, що планувати необхідно не більше ніж на 60% та дозвілля. Решта 40% – це час, який дасть змогу розв'язати поточні питання або відволіктися на непередбачені обставини [4].

Впровадження технології тайм-менеджменту на підприємстві сприяє вирішенню багатьох проблемних питань в галузі управління часом та управління персоналом з подальшою розробкою рекомендацій щодо їх вирішення [3]. Імплементация технології тайм-менеджменту на вітчизняних підприємствах дасть змогу:

- підвищити продуктивність і результативність повсякденної діяльності;
- значно зекономити час і підвищити коефіцієнт використання робочого часу;
- досягти значних результатів внаслідок економії часу;
- скоротити кількість та обсяг виконуваних справ за рахунок ефективного планування робочого часу;
- чітко розставити пріоритети;
- покращити терміни виконання проєктів;
- зменшити кількість прострочених завдань;
- поліпшити якість робіт за завданнями і проєктами.

Інформаційні джерела

1. Tracy B. Time Management (The Brian Tracy Success Library). URL: https://books.google.lt/books/about/Brian_Tracy_Success_Series_TI_ME_MANAGEMENT.html?id=XEdTDwAAQBAJ&redir_esc=y
2. O'Connell F. Get things done on time. A self-teaching guide to time management. URL: <https://everand.com/book/190784610> Писаревська Г. Використання тайм-менеджменту для підвищення ефективності управління персоналом. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2016. Вип. 20. Ч. 1. С. 148–153.
3. Time-management по-українськи. URL: <http://timemanagement-24.blogspot.com>.
4. Іваницька С.Б. Впровадження європейських методик тайм-менеджменту в Україні. Глобальні та національні проблеми економіки. - 2018. - № 21. - С. 288-292.

УДК 658.012.8

DOI:10.5281/zenodo.11916196

С.В. Руденко, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ РИЗИКОСТІЙКОСТІ У СИСТЕМІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних українських реаліях, коли соціально-економічна система руйнується воєнними діями, насамперед важливо акцентувати увагу на забезпеченні її ризикостійкості. Зростання ролі цього аспекту передбачає використання провідного світового досвіду у сфері управління ризиками.

В умовах високого рівня нестабільної соціальної, економічної, техніко-технологічної та екологічної ситуації в країні можливості розвитку підприємства нерозривно пов'язані з підвищенням його ризикостійкості. Ризикостійкість передбачає не відсутність дестабілізуючих факторів, а можливість нормальної діяльності підприємства шляхом локалізації негативних наслідків факторів ризику, що досягається випереджаючим управлінським впливом, за рахунок передбачених фінансових, матеріальних та організаційних резервів.

Ризикостійкість підприємства – частина загальної стійкості підприємства, що є інтегральною ознакою його як відкритої соціально-економічної системи. Ця ознака характеризує загальні можливості ефективного, рівноважного та неперервного функціонування підприємства, його здатність протистояти ризикам, незважаючи на їхній негативний вплив [5].

В умовах високого рівня нестабільної соціальної, економічної, техніко-технологічної та екологічної ситуації в країні можливості розвитку підприємства нерозривно пов'язані з підвищенням його ризикостійкості.

Ризикостійкість передбачає не відсутність дестабілізуючих факторів, а можливість нормальної діяльності підприємства шляхом локалізації негативних наслідків факторів ризику, що досягається випереджаючим управлінським впливом, за рахунок передбачених фінансових, матеріальних та організаційних резервів.

Подвійна роль ризикостійкості у системі управління підприємством полягає в тому, що з одного боку, ризикостійкість сприяє цілеспрямованому функціонуванню та розвитку, впливаючи на загальні результати діяльності. З іншого боку, вона визначається взаємодією підприємства з системами вищого рівня, а також

внутрішніми та зовнішніми факторами, які в кризових ситуаціях можуть стати джерелами ризику.

Підхід до оцінки рівня ризикостійкості пов'язаний з аналізом підприємства в процесно-функціональному та ресурсно-потоківому аспектах: за елементами організаційної структури, процесами, що в ній відбуваються, і ефективністю цих процесів з використанням внутрішніх ресурсів підприємства.

Оскільки соціально-економічне середовище має ймовірнісний характер, а докладний опис взаємодії всіх його елементів є неможливим, необхідно створити механізм забезпечення ризикостійкості, який задовольняє такі вимоги: пошук оптимальних стратегій у складних умовах зовнішнього середовища та підвищеної невизначеності; ефективне усунення негативних наслідків ризиків безпосередньо в межах підприємства.

Механізм забезпечення ризикостійкості підприємства – це комплекс взаємопов'язаних методів, інструментів та організаційних форм, які використовуються для аналізу, оцінки та регулювання ризиків з метою впливу на їхню загальну кількість та рівень. Його структура залежить від виду та специфіки діяльності підприємства, його масштабів, основних і допоміжних видів діяльності, а також від структури його партнерів, конкурентів та клієнтів.

Розробка механізму забезпечення ризикостійкості в системі управління діяльністю підприємств в кризових умовах – це багатоступінчастий процес, кожен етап якого потребує окремого аналізу та постійної адаптації до змін у соціально-економічному середовищі.

Забезпечення ризикостійкості дозволить забезпечити високі темпи розвитку підприємства, постійне зростання його капіталу, підвищення конкурентоспроможності на ринку та забезпечити стабільний та ефективний розвиток у майбутньому.

Інформаційні джерела

1. Кулакова С.Ю., Касмініна К.О. Ризикостійкість підприємства як передумова його розвитку: сутність та індикатори визначення. *Агросвіт*. 2017. № 12. С. 42-47.
2. Бірченко Н.О., Руденко С.В., Ряснянська А.М. Обліково-аналітичне забезпечення фінансової безпеки аграрних підприємств. *Таврійський науковий вісник*. Серія: Економіка. 2022. Вип. 13. С. 191-197.
3. Ніценко В.С., Руденко С.В. Управління ризиками на підприємствах агропродовольчої сфери. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2017. № 3. С. 12-21.

УДК 005.5:658

DOI:10.5281/zenodo.11916345

Ю.М. Сагачко, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТЕЙ АДАПТАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ПРАКТИК КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

У сучасному глобалізованому бізнес-середовищі важливість корпоративного управління важко переоцінити. Ефективна практика корпоративного управління відіграє вирішальну роль у забезпеченні прозорості, підзвітності та стабільності організацій, підприємств, установ. Адаптація європейської практики корпоративного управління в секторах адміністративного управління може принести багато переваг і стати основою для розвитку сучасного адміністративного менеджменту, спрямованого на досягнення стратегічних цілей і підвищення конкурентоспроможності суб'єктів управління. Чому саме Європейські практики? Тому що, Європа стала одним із середовищ корпоративного управління, які змінюються найшвидше у світі. Ці зміни в управлінні були спричинені багатьма міжнародними факторами, включаючи увагу Європейської Комісії до корпоративного управління.

У останні роки корпоративне управління пройшло значні зміни, щоб адаптуватися до внутрішніх практик підприємств, установ і змін у нормативному середовищі. Система корпоративного управління тепер охоплює ширший спектр питань, виходячи за рамки традиційного акціонерного підходу. Європейський проєкт Директиви про права акціонерів торкається питань, які не прямо пов'язані з правами акціонерів. Вперше Директива Європейської Комісії 2006/46/ЄС вимагала від усіх зареєстрованих компаній надавати звіт про корпоративне управління у своєму річному звіті для акціонерів [1].

Європейські країни відомі своїми надійними системами корпоративного управління, які віддають перевагу інтересам усіх зацікавлених сторін, включаючи акціонерів, працівників, клієнтів і громаду. Саме в адміністративній сфері акціонерних товариств корпоративне управління виступає керівною основою, яка впливає на різні аспекти діяльності організації. Корпоративне управління відіграє вирішальну роль у формуванні адміністративного ландшафту цих організацій, починаючи від складу правління та винагород керівників до управління ризиками. Європейська практика корпоративного управління базується на таких принципах, як справедливість,

прозорість, підзвітність і відповідальність. Ключові компоненти включають розподіл ролей між радою директорів і керівництвом, створення комітетів ради для контролю за конкретними функціями, розкриття фінансової та не фінансової інформації зацікавленим сторонам і залучення акціонерів до процесу прийняття рішень. Впроваджуючи ці компоненти, сектори адміністративного управління можуть зміцнити структуру корпоративного управління та підвищити довіру між зацікавленими сторонами.

Рада директорів є ключовим компонентом структури корпоративного управління в акціонерних товариствах. Склад ради, включаючи присутність незалежних директорів, різноманіття та досвід, має важливе значення для забезпечення ефективного нагляду та прийняття рішень. Розвиваючи культуру підзвітності та прозорості, правління може спрямувати організацію до сталого зростання та довгострокового успіху що є актуальним з огляду на Принципи корпоративного управління G20/ОЕСР викладені в Додатку до Рекомендації ОЕСР щодо Принципи корпоративного управління [OECD/LEGAL/0413], прийняті Радою ОЕСР 8 липня 2015 року та переглянуті 8 червня 2023 р, яка містить нову главу «Стабільність та стійкість», що містить рекомендації щодо управління ризиками та можливостями, пов'язаними зі зміною клімату та іншими аспектами сталого розвитку [2]. Так виходячи з Європейських практик Правління має складатися з балансу виконавчих і не виконавчих директорів, щоб жодна особа чи група осіб не могли домінувати в процесі прийняття рішень. В унітарному правлінні ролі голови та генерального директора мають бути розділеними; і генеральний директор не повинен одразу стати головою унітарного чи наглядового органу. До ради компаній має бути обрано достатню кількість незалежних директорів, щоб забезпечити належне вирішення будь-якого суттєвого конфлікту інтересів за участю директорів [3].

Іншим важливим аспектом корпоративного управління в адміністративній сфері є оплата праці керівників. Порівнюючи оплату керівників із результатами діяльності організації та інтересами акціонерів, системи корпоративного управління допомагають стимулювати керівників діяти в найкращих інтересах організації. Це гарантує, що керівники отримують винагороду за їхній внесок в успіх організації, а також сприяють відповідальній та етичній поведінці. Європейські компанії, зареєстровані на біржі, повинні розкривати свою політику винагороди та інформацію про винагороду окремих директорів у своєму річному звіті.

Корпоративне управління також відіграє важливу роль у нагляді за управлінням ризиками та дотриманням законодавства в акціонерних компаніях. Встановивши надійні процеси управління ризиками, внутрішній контроль і механізми відповідності, організації можуть зменшити потенційні ризики та забезпечити дотримання правових і нормативних вимог. Це допомагає захистити репутацію організації, захистити вартість акціонерів і зберегти довіру між зацікавленими сторонами. Має існувати колективна відповідальність усіх членів ради як за фінансову, так і за не фінансову звітність.

Адаптація європейської практики корпоративного управління потребує системного підходу та прагнення до постійного вдосконалення. Сектори адміністративного управління можуть розпочати з проведення ретельного аналізу своїх поточних структур управління та практик, щоб визначити області для покращення. Потім вони можуть порівняти свою практику з європейськими стандартами та адаптувати її відповідно до потреб своєї організації. Навчальні програми, семінари та консультації з експертами також можуть допомогти в успішній адаптації європейських практик корпоративного управління. Хоча переваги від впровадження європейської практики корпоративного управління значні, існують також проблеми, з якими можуть зіткнутися сектори адміністративного управління. До них належать культурні відмінності, опір змінам, брак досвіду та обмеження ресурсів. Подолання цих викликів потребує сильного лідерства, ефективної комунікації, залучення зацікавлених сторін і довгострокового бачення покращення корпоративного управління.

Інформаційні джерела

1. Directive 2006/46/EU of the European Parliament and of the Council of 14 June 2006 amending Council Directives 78/660/EEC on the annual accounts of certain types of companies, 83/349/EEC on consolidated accounts, 86/635/EEC on the annual accounts and consolidated accounts of banks and other financial institutions and 91/674/EEC on the annual accounts and consolidated accounts of insurance undertakings. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX%3A32006L0046>

2. The G20/OECD Principles of Corporate Governance are set out in the Appendix to the OECD Recommendation on Principles of Corporate Governance [OECD/LEGAL/0413] adopted by the OECD Council on 8 July 2015 and revised on 8 June 2023. The Principles were endorsed by the G20 in September 2023. For access to the official text of the Recommendation, as well as other related information, please consult the Compendium of OECD Legal Instruments at. URL: <https://legalinstruments.oecd.org>

3. A Guide to Corporate Governance Practices in the European Union. URL: <https://www.ifc.org/content/dam/ifc/doc/mgrt/cg-practices-in-eu-guide.pdf>

УДК 656.073

DOI:10.5281/zenodo.11916495

Н.Ю. Селіванова, ст. викл. (HTУ, Київ)

ЛОГІСТИЧНІ ВИКЛИКИ ПРИ ЕКСПОРТІ РІДКИХ НЕБЕЗПЕЧНИХ ВАНТАЖІВ ДО ЄС

Логістика, як система організації транспортування та постачання, є важливим елементом економіки, але її функціонування в Україні зазнало значних труднощів через вторгнення російської федерації. Агресія майже повністю зупинила експортні можливості країни, а спроби перевозити зернові сухопутним транспортом спричинили серйозну логістичну кризу. Вантажовідправники та перевізники були змушені переглядати логістичні стратегії експортних перевезень, перенаправляючи вантажі на західні прикордонні пункти.

Згідно з даними, наданими ДП «Адміністрація морських портів України», у 2023 році було перевезено 51,769 тис. тонн вантажу, тоді як у 2022 році цей показник складав 204,579 тис. тонн. Через військову агресію російської федерації проти України, запровадження в Україні воєнного стану та загальної мобілізації, а також через неможливість обслуговування суден, проведення вантажних операцій і забезпечення належного рівня безпеки судноплавства, Міністерство інфраструктури України видало наказ від 28.04.2022 № 256 «Про закриття морських портів» [4].

Згідно даних наданих АТ «Укрзалізниця», за 2023 рік було перевезено 6750,428 тис. т вантажу, з яких 1189,291 тис. т. відправлено на експорт, 2548,363 тис. т. імпорتنі перевезення та 52,77 тис. т. транзитні перевезення. Порівняльний аналіз обсягу перевезених небезпечних вантажів за 2022–2023 роки наведено на рисунку 1 [4].

На сьогоднішній день експорт рідких небезпечних вантажів до Європейського Союзу пов'язаний з низкою логістичних викликів, які вимагають ретельного планування та координації.

Перш за все, необхідно дотримуватися регуляторних вимог та відповідати стандартам. Це включає міжнародні регламенти, такі як Європейська угода про міжнародне дорожнє перевезення небезпечних вантажів (ADR) та Регламент Європейського Парламенту і Ради (ЄС) № 1272 / 2008 (CLP). Крім того, кожна країна ЄС має свої специфічні вимоги щодо перевезення, зберігання та обробки небезпечних вантажів, які також потрібно враховувати [1].

Інфраструктурні обмеження також створюють значні виклики. Стан та пропускну здатність транспортної інфраструктури значно

впливають на ефективність перевезення. Додатково, обмеженість або відсутність спеціалізованих терміналів для обробки рідких небезпечних вантажів у портах може значно ускладнити логістичний процес.

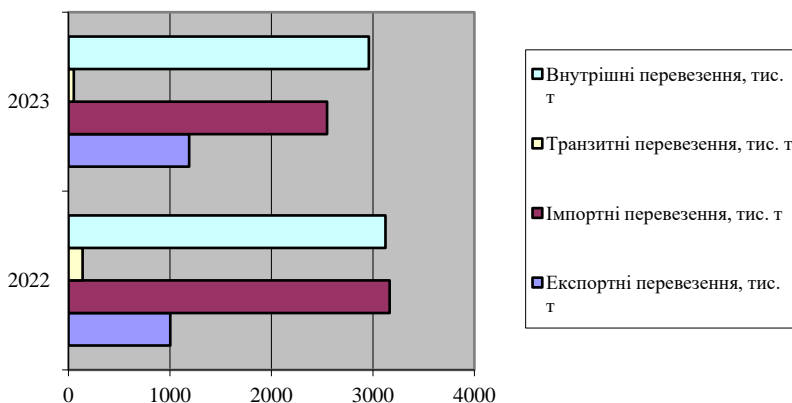


Рисунок 1 – Обсяги небезпечних вантажів, що перевезені за 2022–2023 роки

Безпека та захист під час транспортування небезпечних вантажів є пріоритетними. Перевезення наливних вантажів, особливо небезпечних, повинні здійснювати лише водії з досвідом автомобільних перевезень щонайменше 3 роки. Водій транспортного засобу, що перевозить небезпечні вантажі, повинен мати при собі ДОПНВ-свідоцтво про підготовку водіїв транспортних засобів, що перевозять небезпечні вантажі [2].

Для транспортування окремих видів вантажів необхідно створювати особливі умови: наприклад, для деяких нафтопродуктів, які можуть піддаватися електролізу, естакади повинні бути заземлені, а для в'язких вантажів необхідний підігрів. Усі резервуари для зберігання повинні бути ретельно очищені від залишків попереднього вантажу. Під час наповнення резервуарів для рідких небезпечних речовин необхідно залишати біля 10% вільного простору. У разі перевезення легкозаймистих рідин на цистерні повинні бути відповідні попереджувальні знаки. Дотримання всіх зазначених правил є необхідним для безпечного та ефективного транспортування [3].

Екологічні вимоги вимагають дотримання норм та стандартів, спрямованих на мінімізацію впливу на довкілля під час транспортування небезпечних вантажів. Це включає контроль викидів, утилізацію відходів та запобігання розливам. Так, кожна хімічна

речовина має бути правильно класифікована згідно з системами, такими як Європейська угода про міжнародні перевезення небезпечних товарів по дорогах (ADR), Міжнародний код морського транспорту небезпечних вантажів (IMDG), або Європейський договір про міжнародні залізничні перевезення небезпечних товарів (RID). Невідповідність класифікації або маркування може призвести до затримок на митниці або навіть до відмови в транспортуванні [1].

Вибір найбезпечнішого маршруту та транспортного засобу є критичним аспектом логістики небезпечних вантажів. Це включає обмеження на маршрути та час транспортування, а також врахування специфічних вимог для кожного виду транспорту – дорожнього, морського, залізничного чи повітряного.

Висновки. Таким чином, встановлено:

1. Логістичні стратегії експортних перевезень були змінені у зв'язку з вторгненням РФ в Україну;
2. Вантажообіг у 2023 році є значно меншим у порівнянні з попереднім роком, що об'єктивно пов'язано із військовими діями в країні.
3. Експорт рідких небезпечних вантажів до ЄС пов'язаний з низкою логістичних викликів, а саме: відповідністю вимогам і стандартам міжнародних регламентів, інфраструктурними обмеженнями країни в стані війни, питаннями безпеки та захисту вантажів в ситуації бойових дій, спеціальними умовами перевезення, а також виборами найбезпечніших маршрутів логістики.

Інформаційні джерела

1. Міжнародні угоди у сфері перевезення небезпечних вантажів. Громадська Спілка «Спілка учасників спеціального автотранспортного руху»: веб-сайт. URL: <http://сусар.com.ua/mizhnarodne-zakonodavstvo/>
2. Правила перевезення небезпечних вантажів. *Європейські транспортні системи*: веб-сайт. URL: <https://es-trans.com.ua/pravya-perevezennya-nebezpechnyh-vantazhiv/>
3. Перевезення небезпечних вантажів: вимоги до транспортних засобів. *Охорона праці і пожежна безпека*: веб-сайт. URL: <https://orpb.com.ua/articles/perevezennya-nebezpechnyh-vantazhiv-vymogy-do-transportnyh-zasobiv>
4. Перевезення небезпечних вантажів за 2022 рік за видами транспорту (у порівнянні з 2021 роком). *Міністерство розвитку громад, територій та інфраструктури України*: веб-сайт. <https://decentralization.gov.ua/content/informacynnoanalitichni-materiali.html>

УДК 004:334.716(477)

DOI:10.5281/zenodo.11916643

П.В. Семернін, здоб. ступ. PhD (ДБТУ, Харків)

ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВОГО ЗРОСТАННЯ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

В епоху цифрової трансформації бізнесу та європейської інтеграції України питання цифрового зростання підприємств набуває особливої актуальності. Цифрове зростання передбачає впровадження цифрових технологій в бізнес-процеси для підвищення ефективності, конкурентоспроможності та інноваційності. Проте цей процес в Україні має свої особливості та виклики в умовах євроінтеграції.

Гармонізація законодавства та стандартів у сфері цифрових технологій відповідно до норм ЄС. Це передбачає всеохоплюючу адаптацію українського законодавства до правового поля ЄС щодо цифрових технологій. Необхідно імплементувати директиви та регламенти ЄС з електронної комерції, захисту персональних даних, кібербезпеки, авторських прав в інтернеті тощо. Важливо також забезпечити дотримання стандартів та технічних регламентів ЄС щодо цифрових продуктів та послуг. Узгодженість правового та технічного регулювання є критичною для безперешкодної інтеграції українського цифрового бізнесу до єдиного цифрового ринку ЄС.

Необхідність модернізації застарілої інфраструктури та обладнання. В Україні ще багато підприємств використовують застарілі технології, програмне забезпечення та комп'ютерне обладнання. Це суттєво знижує їх продуктивність, ефективність та конкурентоспроможність в порівнянні з європейськими компаніями. Цифрове зростання вимагає масштабних інвестицій в оновлення IT-інфраструктури, сучасні хмарні рішення, кіберфізичні системи, аналітичні інструменти тощо. Важливо забезпечити доступ до високошвидкісного інтернету та розгортання мереж нового покоління 5G.

Підвищення цифрової грамотності персоналу та розвиток навичок. Ефективне використання нових цифрових рішень вимагає наявності відповідних знань та навичок у працівників. В Україні існує значний розрив у цифровій грамотності персоналу, особливо у невеликих підприємствах. Для цифрової трансформації потрібні комплексні програми навчання та перепідготовки кадрів – від керівництва до виробничого персоналу. Необхідно розвивати як технічні IT-навички, так і універсальні цифрові компетенції.

Забезпечення кібербезпеки та захисту даних згідно з вимогами ЄС. Безпечність та надійність цифрових систем і даних є критично важливою в умовах зростання кіберзагроз. ЄС висуває жорсткі вимоги до захисту персональних даних, конфіденційної комерційної інформації, критичної інфраструктури від кібератак. Впровадження європейських стандартів та практик у сфері кібербезпеки, шифрування, управління ризиками є обов'язковою умовою для українських підприємств.

Відкриття нових можливостей на європейських ринках та співпраці з партнерами. Цифровізація значно полегшує вихід українського бізнесу на спільний ринок ЄС. Нові можливості з'являються у формі електронної комерції, онлайн-послуг, цифрових платформ та екосистем. Це дозволить українським компаніям розширити географію діяльності та знайти нових партнерів, інвесторів та клієнтів у Європі. Водночас інтеграція до спільного ринку ЄС вимагає високих стандартів якості та конкурентоспроможності цифрових продуктів та послуг.

Залучення інвестицій та підтримки європейських програм і фондів. ЄС надає значну фінансову та технічну допомогу для цифрової трансформації бізнесу в країнах-партнерах. Українські підприємства можуть скористатися грантами програми ЄС "Цифровий транс'європейський транспортний коридор", Європейського інвестиційного фонду, програм COSME, Горизонт 2020 та інших джерел для інвестування у цифрові технології та проекти електронного урядування.

Адаптація до нових цифрових бізнес-моделей та інновацій. Цифрове зростання зумовлює кардинальні зміни ведення бізнесу. Підприємствам потрібно трансформуватися та впроваджувати інноваційні цифрові моделі, щоб залишатися конкурентними. Це може включати розробку нових цифрових продуктів, послуг чи платформ, переосмислення клієнтського досвіду, оптимізацію ланцюжків поставок, автоматизацію процесів тощо. Інновації на основі технологій штучного інтелекту, інтернету речей, аналізу великих даних є ключовими.

Цифрове зростання підприємств України в умовах європейської інтеграції є комплексним викликом, що потребує системних зусиль у законодавчій, інфраструктурній, кадровій та технологічній сферах. Процес гармонізації до норм ЄС створить сприятливі умови для модернізації, навчання персоналу, забезпечення безпеки та інновацій. Успішна цифрова трансформація українського бізнесу дозволить йому стати конкурентоспроможним на європейському ринку та залучити нові інвестиції та партнерства.

УДК 351:004

DOI:10.5281/zenodo.11916784

Т.О. Ставерська, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

О.В. Жиликова, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

БЛОКЧЕЙН: ЕКСПЕРТИЗА ЗАСТОСУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Технологія блокчейн швидко розвивається та стає все більш популярною у різних галузях. Вона має потенціал змінити спосіб збереження та обміну інформацією, проведення фінансових операцій та ведення бізнесу. Блокчейн являє собою розподілену базу даних або реєстр, що забезпечує безпечне, прозоре та незмінне зберігання даних. Кожен запис (блок) у цьому реєстрі зв'язаний з попереднім, формуючи ланцюг блоків. Кожен блок містить криптографічний підпис (хеш), який гарантує, що дані не можуть бути змінені без зміни всіх наступних блоків.

В Україні використання технології блокчейн активно почалося у 2015-2017 рр. За даними Асоціації Блокчейн України, у 2017 році було засновано 32% усіх компаній, які застосовують технологію. Більшість засновників український блокчейн-компаній прийшли до сфери з програмування та розробки (38%); фінансів, інвестицій та трейдингу (38%); криптографії та криптовалют (32%); маркетингу та реклами (12%). Україна входить до трійки країн світу за використанням криптовалют - більша частка топ-компаній сфери блокчейну чи Web3 засновані українцями. Крім того, зараз в Україні на законодавчому рівні продовжується робота над тим, щоб сприяти розвитку криптобізнесу, то наша країна як учасник глобальної індустрії має вагомі перспективи на майбутнє.

Компанії беруть активну участь в усіх галузях життя українців – фінтех, маркетинг, розробка, державні рішення.

Серед основних характеристик блокчейну можна виділити:

1. Децентралізація, розподіленість (дані зберігаються на багатьох комп'ютерах (вузлах) мережі, що забезпечує децентралізацію, а відсутність єдиного центру контролю знижує ризики зловживань).

2. Прозорість та відкритість (кожен учасник мережі має доступ до всієї історії транзакцій та має можливість їх відстеження).

3. Безпека та надійність (завдяки криптографічним алгоритмам дані в блокчейні забезпечується захист від підробки та несанкціонованого доступу).

4. Незмінність (після додавання даних до блокчейну їх неможливо змінити або видалити без згоди більшості учасників мережі).

Тенденції розвитку блокчейну останніми роками сприяють значним трансформаціям у глобальному бізнес-ландшафті. Окрім того, що блокчейн є основою криптовалют, додана вартість цього складного інструменту баз даних для бізнесу настільки велика, що, за прогнозами PwC, до 2030 року збільшить світову економіку на 1,76 трильйона доларів. Причиною цього є те, що блокчейн став ключовим інструментом у більшості галузей, які покладаються на транзакції. Це обумовлено спрощенням персоналізації користувачів, пропозицією надійних заходів безпеки та підвищенням конфіденційності й захисту даних. Завдяки можливостям у сфері безпеки та захисту приватності, індустрія блокчейн відкрила цілий спектр перспектив як на економічному, так і на бізнес-рівні – за прогнозами Business Research Company, світовий ринок блокчейн-послуг зросте до \$19,76 млрд до 2027 року.

Розглянемо найбільш перспективні тренди, що визначають майбутнє технології блокчейн.

1. Криптовалюти та системи онлайн-платежів. Сучасні платіжні системи використовують технологію блокчейн для зберігання даних про транзакції в однорангових мережах і виключають участь централізованих органів, таких як банки. Це знижує транзакційні витрати, підвищує безпеку та створює більший попит на високопродуктивні системи зі скороченим часом виконання транзакцій.

2. Ланцюги доданої вартості. Технологія блокчейн полегшує відстеження по всьому ланцюгу поставок. Оскільки блокчейн зберігає дані в цифровому децентралізованому реєстрі, він забезпечує миттєвий доступ до статусу або автентичності продукту. Це підвищує ефективність, забезпечує надійність і створює глобальний ланцюжок створення вартості товарів.

3. Міжнародна торгівля. Смарт-контракти є важливим елементом екосистеми блокчейну, який багато компаній вже прийняли. Вони спрощують оформлення таких документів, як ліцензії та сертифікати, що знижує загальні витрати, усуваючи при цьому залежність від третіх сторін. Крім того, це підвищує швидкість і точність ведення міжнародної торгівлі.

4. Децентралізовані фінанси, страхування та банківська справа. DeFi передбачають зберігання грошей у захищеному цифровому гаманці за допомогою смарт-контрактів, а не сплату певної комісії за користування послугами банку. Таке застосування технології блокчейн цілком може виявитися майбутнім фінансів. Саме тому розробкою децентралізованих додатків зайнялись найпотужніші корпорації світу Amazon Web Services та Avalanche, які наразі пропонують масштабовані блокчейн-рішення для підприємств та урядів.

5. Активація впровадження блокчейну бізнес-одинацями. Однією з найбільших тенденцій розвитку блокчейну у 2023 році є зростання операцій підприємств, які покладаються на блокчейн. Децентралізована природа блокчейну забезпечує підвищену безпеку, прозорість та захист від кібератак, саме тому все більше компаній використовують цю технологію на свою користь.

6. Розробка додатків на основі блокчейну. Сьогодні спостерігається різке зростання попиту на програмне забезпечення за технологією блокчейн, яка може допомогти у створенні потужних додатків для здійснення безпечних транзакцій, розробки розширених функцій «Знай свого клієнта» (KYC) тощо.

Окрім перелічених галузей технологія блокчейн отримала широке розповсюдження у сфері логістики (дозволяє відстежувати рух товарів від виробника до кінцевого споживача, забезпечуючи прозорість та достовірність даних), медицини (збереження персоналізованої медичної інформації із забезпеченням конфіденційності та цілісності), голосування (забезпечення конфіденційності, безпечності та прозорості) тощо.

Окрім явних переваг технології блокчейн в багатьох сферах, необхідно зазначити наявність певних викликів та обмежень:

- масштабованість – поточні блокчейн-мережі стикаються з проблемами щодо обробки великої кількості транзакцій;
- енергоспоживання – майнінг криптовалют потребує значних енергетичних ресурсів;
- регулювання та стандартизація – відсутність єдиних стандартів та регулювань може перешкоджати впровадженню технології.

Саме тому основними перспективними напрямками розвитку технології блокчейн можна визначити інтероперабельність (розробка стандартів, що дозволяють взаємодіяти різним блокчейн-мережам), покращення масштабованості (нові алгоритми та протоколи можуть зменшити навантаження на мережу) та розширення сфер застосування – від фінансових технологій до охорони здоров'я, освіти та управління. Блокчейн – це потужна технологія з великим потенціалом. Її застосування вже зараз приносить значні переваги у різних галузях, але для повного розкриття потенціалу необхідно вирішити поточні технічні та регуляторні виклики. Майбутнє блокчейну виглядає багатообіцяючим, і ми можемо очікувати, що ця технологія буде грати все важливішу роль у нашому житті.

УДК 334.723

DOI:10.5281/zenodo.11916946

О.М. Ткаленко, канд. техн. наук, доц. (ДУІКТ, Київ)

ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ НА РОЗВИТОК МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Євроінтеграція – це процес політичного, економічного та соціального інтегрування країни до Європейського Союзу (ЄС), який вимагає виконання низки умов та реформ для досягнення стандартів, встановлених ЄС. Політична інтеграція включає реформування політичних та адміністративних систем країни, зміцнення демократії, верховенства права, забезпечення прав людини та боротьби з корупцією. Економічна інтеграція передбачає приведення економічних стандартів країни у відповідність до норм і вимог ЄС. Основний вплив євроінтеграції України можна узагальнити у таких аспектах як доступ до ринків, регуляторне середовище, інвестиції та фінансування, конкурентноспроможність, освіта, технологічний розвиток.

Хоча євроінтеграція приносить багато переваг, вона також супроводжується викликами, такими як посилення конкуренції з боку європейських компаній, необхідність адаптації до нових регуляцій і стандартів, а також вимоги до підвищення ефективності та продуктивності. Але загалом вона створює значні можливості для розвитку і зростання малого та середнього бізнесу в Україні. Поліпшення бізнес-клімату і правової захищеності інвесторів внаслідок євроінтеграції підвищить привабливість України для прямих іноземних інвестицій.

За результатами щомісячного опитування підприємств New Monthly Enterprises Survey (#NRES), як Інститут економічних досліджень та політичних консультацій провів у березні 2024-го, майже половина підприємств відзначають покращення ділової активності у 2024 році. В залежності від розміру компанії спостерігаються відмінності в ІВДА. Значення Індексу є найменшим для мікропідприємств, поступово зменшується для малих підприємств. Водночас показник для середніх і великих підприємств збільшився. Високий рівень ІВДА свідчить про стабільне економічне зростання та позитивні перспективи для бізнесу, тоді як низький рівень може вказувати на економічні труднощі та потребу в коригуванні економічної політики [1].

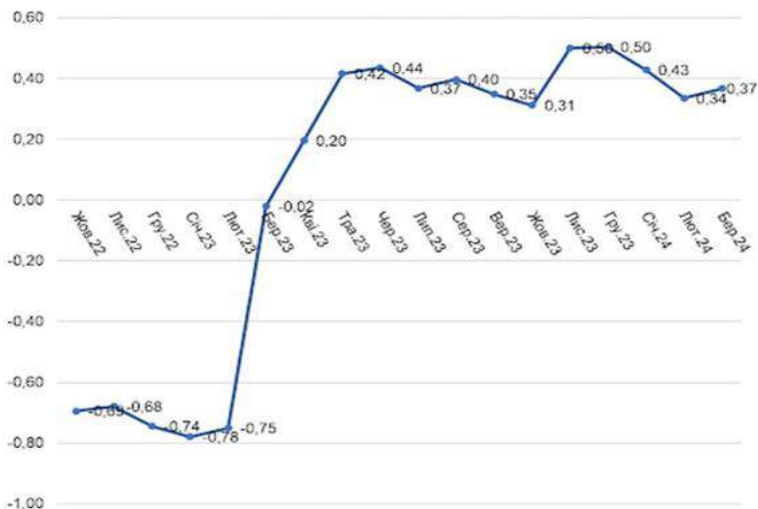


Рисунок 1 - Індекс Відновлення Ділової Активності

Основні аспекти розвитку МСБ в Україні за період 2019 до 2024 року включають економічні показники, вплив пандемії COVID-19, військові дії, регуляторні зміни, технологічний розвиток та перспективи на майбутнє. Військові дії призвели до загального зниження економічної активності у країні. Війна стимулювала багато підприємств впроваджувати інновації та цифрові технології. Перехід до онлайн-формату роботи, розвиток електронної комерції та використання новітніх технологій для оптимізації процесів стали необхідністю для виживання у складних умовах. Станом на початок 2024 року у більш стабільних регіонах України спостерігалось зростання активності МСБ, особливо у сфері виробництва, логістики та інформаційних технологій (ІТ).

Для подолання бар'єрів розвитку підприємництва в Україні необхідна узгоджена та цілеспрямована політика, що охоплює всі рівні державного управління та співпрацює з приватним сектором і міжнародними партнерами. Ефективні реформи, спрямовані на стабілізацію безпекової ситуації, дерегуляризацію, боротьбу з корупцією, розвиток інфраструктури, покращення доступу до фінансування та підтримку інновацій, допоможуть створити сприятливі умови для розвитку малого та середнього бізнесу в Україні.

Усунення бар'єрів для розвитку підприємництва в Україні вимагає комплексного підходу, що включає політичні, економічні,

соціальні та інфраструктурні заходи. Для стабілізації безпекової ситуації в країні необхідне посилення її обороноздатності. Підтримка макроекономічної стабільності можлива через ефективну фіскальну та монетарну політику. Підтримка фінансових інструментів можлива через розширення доступу до фінансових ресурсів для МСБ через розвиток мікрофінансових установ, кредитних спілок та програм підтримки стартапів. Необхідно заохочувати іноземних інвесторів та міжнародних фінансових інституцій до інвестування в українські МСБ, розроблювати і впроваджувати грантові програми для підтримки інновацій та стартапів. Для розвитку цифрової інфраструктури необхідно розширювати доступ до високошвидкісного Інтернету в усіх регіонах країни, впроваджувати цифрові технології та підтримувати проекти з цифровізації бізнесу. Для вирішення кадрових проблем бажано підвищувати якість професійної освіти й виконувати підготовку кадрів відповідно до потреб ринку праці, а також розроблювати програми перекваліфікації, підвищувати кваліфікацію працівників у співпраці з бізнесом. Необхідно створювати умови для повернення кваліфікованих кадрів із-за кордону, залучати іноземних спеціалістів, поліпшувати умови праці та забезпечувати соціальний захист працівників.

Україна продовжує адаптувати своє законодавство до вимог ЄС, що сприятиме підвищенню якості продукції та конкурентноспроможності українських підприємств на міжнародних ринках. Впровадження сучасних ІТ-рішень, автоматизації виробництва та електронних платформ для торгівлі стане ключовим драйвером розвитку. Євроінтеграція відкриватиме нові можливості для МСБ, зокрема у вигляді доступу до європейських програм підтримки, фінансування та технологій. Гармонізація регуляторної бази з європейськими стандартами продовжить покращувати бізнес-клімат в Україні, стимулюючи подальший розвиток МСБ. Впровадження європейських стандартів та регуляцій покращить правове середовище, роблячи його більш прозорим і передбачуваним для бізнесу.

Інформаційні джерела

1. Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. URL: <http://www.ier.com.ua/ua>
2. Всесвітній економічний форум. URL: <https://www.weforum.org/>
3. Фонд розвитку підприємництва. Офіційний сайт. URL: <https://bdf.gov.ua/>

УДК 338.46: 658.58

DOI:10.5281/zenodo.11917088

О.Л. Тоцька, д-р. екон. наук, проф., (ВНУ ім. Лесі Українки, Луцьк)
А.І. Волошин, здоб. ОС «бакалавр» (ВНУ ім. Лесі Українки, Луцьк)

ІННОВАЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ПРОГРЕС У ПОСЛУГАХ ДОСТАВКИ: ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ «НОВОЇ ПОШТИ»

Сучасний світ швидко змінюється під впливом технологічного прогресу, і сфера логістики не є винятком. Однією з провідних компаній, яка впроваджує інновації та активно адаптується до нових технологічних викликів, є українська компанія «Нова Пошта». Заснована у 2001 році, "Нова Пошта" швидко перетворилася на одного з лідерів ринку кур'єрських та логістичних послуг в Україні, завдяки постійному впровадженню новітніх технологій та інноваційних рішень.

Розвиток інновацій у сфері доставки пов'язаний з низкою викликів та можливостей, таких як зростаюча конкуренція, необхідність швидкої та безпечної доставки, а також зручність для клієнтів. «Нова Пошта» активно працює над удосконаленням своїх сервісів, впроваджуючи новітні технології, такі як автоматизовані сортувальні центри, мобільні додатки для відстеження посилок в режимі реального часу, а також використання штучного інтелекту для оптимізації логістичних процесів.

Перспективи розвитку «Нової Пошти» в контексті інновацій є надзвичайно широкими. З огляду на глобальні тенденції, компанія має можливість не лише підвищити свою ефективність, але й задовольнити зростаючі вимоги клієнтів щодо швидкості, надійності та доступності послуг. Інвестиції у нові технології та адаптація до змін навколишнього середовища дозволять «Новій Пошті» залишатися конкурентоспроможною та відкривати нові горизонти для розвитку.

Поштомат - це автоматизований термінал самообслуговування, який використовується для отримання та відправки посилок без допомоги оператора.

Поштомати Нової Пошти: зручний спосіб отримання та відправки посилок!

Поштомат - це автоматизований термінал самообслуговування, який використовується для отримання та відправки посилок без допомоги оператора.

Переваги використання поштоматів Нової Пошти:

– поштомати доступні цілодобово, 7 днів на тиждень, у зручних для вас місцях;

- можна отримати або відправити посилку за лічені хвилини;
- для користування поштою не потрібна реєстрація, достатньо лише мати номер телефону та експрес-накладну (ЕН);
- посилки зберігаються в безпечних комірках поштою до моменту отримання;
- відправка посилок через поштомат може бути дешевшою, ніж через відділення;

Зараз електронна комерція стала однією з найдинамічніших сфер економіки, яка суттєво змінює спосіб взаємодії бізнесу та споживачів. Інтеграція з маркетплейсами відіграє ключову роль у цьому процесі, забезпечуючи зручність, швидкість і доступність товарів для кінцевих користувачів. Маркетплейси, такі як Amazon, eBay, OLX, Prom та інші, стають важливими платформами для підприємців, надаючи їм можливість виходу на нові ринки та збільшення продажів. Розвиток електронної комерції та співпраця з маркетплейсами створюють нові перспективи для бізнесу та сприяють підвищенню рівня задоволеності споживачів.

Таблиця 1 - Ключові інновації, які «Нова пошта» впровадила протягом останніх років

Відділення самообслуговування (поштомати)	має понад 8 000 відділень самообслуговування по всій Україні, де клієнти можуть самостійно забрати та відправити посилки без черг та очікування.
Мобільний додаток	дозволяє клієнтам відстежувати свої посилки, розраховувати вартість доставки, створювати електронні накладні та багато іншого.
Автоматизовані сортувальні центри	має 10 автоматизованих сортувальних центрів, які значно прискорюють процес обробки посилок.
Штучний інтелект	використовує штучний інтелект для покращення роботи служби підтримки клієнтів, оптимізації маршрутів доставки та прогнозування попиту на послуги.

Джерело: [1].

Таблиця 2 - Можливості, які дає інтеграція «Нової пошти» з маркетплейсами

Створити електронні накладні	«Нова пошта» автоматично генерує електронні накладні на основі замовлень, зроблених на маркетплейсі. Це економить час продавцям і зменшує ризик помилок.
Відстежувати замовлення	Продавці можуть відстежувати статус своїх замовлень у режимі реального часу в особистому кабінеті.
Отримувати повідомлення про доставку	Продавці отримують повідомлення про те, коли замовлення було доставлено одержувачу.
Пропонувати різні варіанти доставки	Продавці можуть пропонувати своїм клієнтам різні варіанти доставки, такі як доставка до відділення, доставка до дверей або доставка поштою.
Підвищити лояльність клієнтів	Швидка та зручна доставка може допомогти продавцям підвищити лояльність своїх клієнтів.

Джерело: [2].

Фінансова компанія NovaPay, що входить до групи компаній «Нова пошта», першою серед небанківських установ презентувала власний мобільний застосунок та випустила платіжні карти.

У застосунку доступні усі звичні операції з грошима:

– перекази на картки та рахунки за усіма можливими реквізитами;

– усі види платежів: клієнти можуть сплачувати за комунальні послуги, інтернет або ТБ, штрафи та податки, поповнювати мобільний тощо;

– випуск пластикової платіжної картки NovaPay від MasterCard.

Можна також оплачувати послуги «Нової пошти»:

– оформити посилки в кредит або сплатити за неї;

– відправити переказ з картки до відділення Нової пошти;

– отримати на картку післяплати за посилки;

– отримати 20% вигоди, які можна використати для оплати відправлення, отримання посилок і післяплати.

Інформаційні джерела

1. *Нова пошта*: офіційний веб-сайт. URL: <https://novaposhta.ua/>
2. *NovaPay*: офіційний веб-сайт. URL: <https://novapay.ua/>

УДК 336.717 (427)

DOI:10.5281/zenodo.11917328

С.О. Тульчинська, д-р екон. наук, проф. (НТУ «КПІ ім. І. Сікорського», Київ)

М.Є. Герашенко, здоб. ОС «магістр» (НТУ «КПІ ім. І. Сікорського», Київ)

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Стратегічне управління підприємством у контексті євроінтеграції має вирішальне значення для підтримки сталого розвитку бізнесу.

Однією з важливих характеристик такого управління є необхідність адаптації до змін, які виникають у процесі інтеграції з європейськими ринками. Це може включати як правові аспекти, так і організаційні зміни, необхідні для підтримки конкурентоспроможності.

При розробці стратегічного управління підприємство повинно враховувати специфіку європейського ринку.

Євроінтеграція передбачає, що бізнес має відповідати низці стандартів та норм, зокрема в галузі екології, безпеки та фінансової прозорості. Це вимагає ретельного аналізу, щоб забезпечити відповідність підприємства цим вимогам.

Додатковим завданням є управління фінансовими ризиками, пов'язаними з коливаннями валютних курсів та змінами у європейському законодавстві.

Стратегічне управління також передбачає розробку планів з розвитку продукції та послуг, орієнтованих на європейський ринок.

Підприємства мають враховувати споживчі переваги в різних країнах ЄС та адаптувати свою продукцію відповідно до цих вимог. Це може вимагати не лише зміни дизайну або якості продукції, але й вдосконалення виробничих процесів, щоб забезпечити відповідність європейським стандартам.

Ефективне стратегічне управління вимагає також значних інвестицій у навчання та розвиток персоналу.

Оскільки європейські ринки ставлять високі вимоги до кваліфікації працівників, підприємства повинні інвестувати у навчальні програми, що відповідають цим стандартам. Крім того, вони повинні

розробляти системи мотивації та управління людським капіталом, щоб залучати та утримувати висококваліфікованих працівників.

Яскравий приклад впровадження нових концепцій мотивації праці демонструє медична реформа, зокрема система, яка залежить заробітну плату медичних працівників від кількості пацієнтів, закріплених за ними. Це створює конкуренцію серед медиків і стимулює їх до розвитку професійних навичок і знань.

Вивчення середньої заробітної плати в Україні та сусідніх країнах (статистика за 2024 рік): Польща – 1067 євро, Білорусь-629 євро, Словаччина – 1447 євро, Угорщина – 689 євро, Румунія – 583 євро, Молдова-212 євро. Погодинна ставка, запропонована SMIC у Франції, становить 9,88 євро, що еквівалентно 1498,50 євро до оподаткування (brut) та 1188 євро після сплати податків (нетто). Мінімальна місячна заробітна плата розраховується на основі 35 робочих годин на тиждень. Мінімальна ставка заробітної плати переглядається щороку і вступає в силу з першого числа. Усі працівники старше 18 років, які працюють у приватному секторі, повинні отримувати принаймні цю суму. Студенти та співробітники стажери молодше 18 років зі стажем роботи менше півроку можуть отримувати нижчу заробітну плату: молодь у віці від 17 до 18 років - більше 10% і молодше 17 років не більше 20%. роботодавці платять менше мінімальної зарплати, загрожує штраф до 1500 євро за кожного працівника.

Матеріальна мотивація відіграє важливу роль у системі стимулювання працівників, але використання нематеріальних засобів мотивації дозволяє не лише утримати кваліфікованих працівників, а й сприяти їх розвитку та підвищенню ефективності.

Нематеріальна мотивація спрямована на задоволення соціальних потреб працівників, таких як статус і комфорт. Комбіноване використання матеріальної і нематеріальної мотивації може допомогти зупинити Відтік і навіть повернення персоналу за кордон з України.

Для німецьких компаній, в яких працює понад 100 співробітників, можна створити економічну комісію, що складається з членів виробничої ради та представників роботодавців. Ці збори пов'язані з економічним станом бізнесу. Якщо кількість співробітників перевищує 500, на підприємстві створюється наглядова рада, і його кандидати висувуються виробничою радою та виробничою організацією вищого рівня у відповідній галузі. Крім того, участь співробітників в управлінні може здійснюватися через керівника по

роботі, що призначається Наглядовою радою, який відповідає за кадрові питання, соціальну сферу і заробітну плату.

Досвід управління німецькою компанією показує, що співробітники беруть участь в управлінні управлінських процесів підвищує їхню трудову активність і мотивацію, що в свою чергу покращує кінцеві результати виробництва.

Досвід Нідерландів заслуговує на увагу завдяки унікальній моделі мотивації роботи. Основні методи мотивації, як матеріальні, так і нематеріальні, включають мотивацію працівників на відпустку, заробітну плату, соціальне страхування, умови праці тощо. Положення, що сприяють прийняттю відповідних нормативних актів, затверджуються незалежною Радою керівників департаментів. Якщо ефективність запропонованих заходів доведена, вони підтверджуються і застосовуються на практиці.

З вище сказаного можна зробити висновок, що питання про готовність працювати буде актуальний в найближчому майбутньому. Україні терміново необхідно проводити наукові дослідження в цій галузі і шукати нові інструменти і методи мотивації роботи з урахуванням духу держави, суспільства [1].

Україна переважно залучає кошти через продаж облігацій внутрішньої державної позики, деномінованих у національній валюті. Пік державних запозичень припав на 2015 рік, коли значне скорочення внутрішніх доходів було компенсоване використанням зовнішніх джерел, а також на 2017 рік, коли внутрішні запозичення значно зросли, а зовнішні позики зменшилися. Протягом цього періоду найменший обсяг коштів з внутрішнього ринку державних цінних паперів було залучено у 2015 році - 9,98 млрд грн, тоді як найбільший - у 2014 році - 67,12 млрд грн (із середньою дохідністю 17,0% та 15,2% відповідно).

З огляду на це, необхідним є збалансований підхід держави до зменшення макроекономічного ефекту «витіснення приватних інвестицій при використанні державних облігацій. Цього можна досягти шляхом збільшення частки довгострокових облігацій за рахунок випуск цінних паперів з плаваючою процентною ставкою, прив'язаних до libor, розширення кола великих дилерів, спрощення участі комерційних організацій у випуску та обігу державних облігацій.

Крім того, необхідно законодавчо закріпити обмеження на участь центральних і державних банків у купі в державних облігацій. Підтримувати здатність Центрального банку забезпечувати стабільність

ціни здатність державних банків стимулювати розвиток реального сектора.

Участь в капітальному фінансуванні варіювалася від мінімальних 3,8% в 2018 році до максимальних 72,4% в 2017 році. У 2018 році на підприємстві було зареєстровано тільки 9,3 випуску акцій на загальну суму 22,28 млрд грн, що склало 36,92% від річного обсягу випущених цінних паперів. Це на 93,14% менше, ніж у 2018 році. Однак у грошовому вираженні випуск акцій має тенденцію до збільшення, збільшившись майже в 10 разів з 2015 по 2020 рік.

Щоб посилити роль цього сегмента на фінансовому ринку, пропонується збільшити дозволена частку випуску привілейованих акцій у порівнянні зі звичайними акціями і дозволити торгівлю внутрішніми корпоративними цінними паперами на зовнішніх ринках біржах, майданчиках та фондових біржах.[2]

Окрім цього, стратегічне управління підприємством повинно враховувати регіональні ризики та геополітичну ситуацію.

Незважаючи на євроінтеграційні процеси, деякі підприємства можуть залежати від ринків за межами ЄС, тому вони повинні розробляти стратегії, які враховують ці фактори. Це вимагає ретельного аналізу ринків, розуміння політичних ризиків та забезпечення безпеки бізнесу в нестабільних умовах.

Таким чином, стратегічне управління підприємством в умовах євроінтеграції – це складний і багатогранний процес, що вимагає уваги до різних аспектів бізнесу, включаючи управління, фінансові ризики, персонал, логістику та захист інтелектуальної власності.

Успіх у цьому процесі забезпечує стабільність і конкурентоспроможність підприємства на європейському ринку, а також створює можливості для розвитку та розширення бізнесу.

Інформаційні джерела

1. Соболенко В., Сокольська І. Імплементация європейського досвіду мотивації праці в український ринок кадрів. Підприємництво, господарство і право. 2018. № 10. С. 99–103.

2. Крупка І.М. Фінансовий ринок України в умовах інтеграції у світовий фінансовий простір : автореф. дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук : 08.00.08. Київ, 2021. 43 с.

УДК 316.776.3

DOI:10.5281/zenodo.11917569

Н.Г. Ушакова, канд. екон. наук., проф. (ДБТУ, Харків)

К.Ю. Величко, канд. екон. наук., доц. (ДБТУ, Харків)

С.О. Тесленко, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)

КОМУНІКАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА У ВОЄННИЙ ЧАС: ВАЖЛИВІСТЬ, РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ, СПЕЦИФІКА РЕАЛІЗАЦІЇ

Як відомо, комунікації відіграють ключову роль у встановленні і підтримці сприятливого іміджу підприємства серед усіх стейкхолдерів. Особливо важливими стали комунікації під час війни, коли підприємства були вимушені швидко реагувати на зовнішні загрози та максимально адаптуватися до можливості функціонування в умовах воєнного часу. Навіть у разі тимчасової припинення діяльності підприємства, його офіційний веб-сайт та інші комунікаційні канали можуть стати важливими майданчиками для поширення необхідної інформації. Саме комунікація залишається ключовим елементом у підтримці довіри та збереженні іміджу підприємства під час війни.

Інтернет є неодмінною складовою повсякденного життя та основним джерелом інформації. Більшість новинного контенту споживається виключно через соціальні мережі. Українці також продовжують отримувати новини з цифрових джерел. Згідно з даними USAID, понад 75% українців користуються соціальними мережами, а 61% - онлайн-медіа [1]. Тому важливою є присутність підприємства у медіапросторі, зокрема в онлайн-середовищі, що дозволяє бізнесу залишатися в полі зору користувачів і знайомити їх зі своєю культурою, продуктами та діяльністю. Також це дозволяє залучати інвестиції під час воєнних подій, оскільки продовжується активна комунікація, що суттєво підвищує довіру та лояльність до підприємства, впливає на його сьогоденню та майбутню репутацію.

На наш погляд, комунікації підприємства (зовнішні та внутрішні) під час війни є не просто критичним елементом у забезпеченні ефективного управління, яке спроможне позитивно вплинути на функціонування підприємства та спроможне створити базис для подальшого розвитку у повоєнний період. При цьому доцільно виділити такі основи складові комунікаційного процесу:

- *інформування стейкхолдерів*. Необхідно системно інформувати стейкхолдерів про вплив військових дій на діяльність, плани, напрацьовані заходи безпеки.

- *забезпечення прозорості*. Важливою складовою комунікацій у кризовий період є забезпечення прозорої та достовірної інформації щодо стану підприємства, це допоможе уникнути поширення неправдивої інформації.

- *збереження зв'язку з клієнтами та партнерами*. Це може включати обговорення логістичних ускладнень та напрацювання відповідних змін у постачаннях, зміни у обслуговуванні клієнтів та планування дій на майбутнє.

- *управління ризиками*. Комунікаційні стратегії підприємства також повинні враховувати питання безпеки працівників та підприємства загалом (розробка заходів безпеки, комунікування у разі відсутності світла та зв'язку; релокація підприємства та ін.).

Відповіді на запитання та звернення громадськості. Підприємство має бути готовим до відповіді на запитання та звернення громадськості, що викликані різними подіями під час війни.

Ще однією особливістю комунікацій під час війни є їх максимальна персоніфікація, яка полягає у спрямуванні зусиль на індивідуальний рівень спілкування з різними групами стейкхолдерів. В умовах військових дій, коли ситуація є складною та напруженою, ефективна комунікація вимагає врахування особистих потреб, побажань та очікувань окремих осіб або груп. Це означає встановлення і підтримання особистих зв'язків з клієнтами, партнерами, співробітниками та іншими зацікавленими особами, а також активне прослуховування їхніх поглядів та врахування індивідуальних відмінностей у комунікаційному процесі. Цей підхід дозволяє підприємствам адаптуватися до складних умов і забезпечувати більш ефективне управління. Литвинова Н. наголошує, що стратегічні комунікації сьогодні є «своєрідною «дорожньою картою», яка допомагає берегти ресурси та будує фундамент готовності до різних викликів і кризових ситуацій. Війна підштовхнула до перегляду та оновлення комунікаційних стратегій для брендів, державних органів, організацій та суспільства загалом. Особливо важливою стала координація дій, протидія деструктивним інформаційним впливам, а також створення та трансляція повідомлень із ціннісним змістом, спрямованих на зміцнення довіри, підтримку співпраці та підвищення громадського духу під час кризових ситуацій» [2]. В Україні працює комунікаційна складова на платформі «Зроблено в Україні» [3], яка запущена Урядом України спільно з Радою з питань підтримки підприємництва в умовах воєнного стану, Радою бізнес-омбудсмена. Ця платформа створена з метою налагодження ефективної комунікації бізнеса та урядових структур.

Також при побудові комунікацій необхідно враховувати комунікаційні тренди. Експерти виділяють три ключових комунікативних тренди у період війни (рис.1)

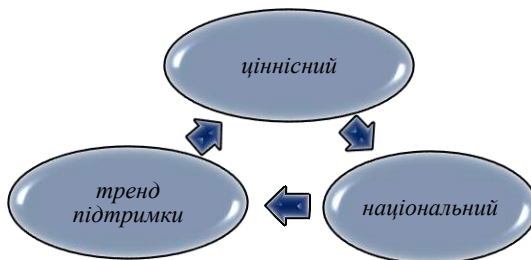


Рисунок 1. Ключові комунікаційні тренди під час війни
(побудовано на основі 2)

Ціннісний тренд став визначальним у сферах бізнесу, політики та державних структур. У воєнний період бізнес переорієнтував програми сталого розвитку й допомоги, активно допомагаючи армії, ВПО та спонукаючи до волонтерства.

Тренд підтримки став обов'язковим елементом будь-якої комунікації. Слова, які виражають підтримку («Ми разом», «Переможемо», «Допомагаємо», «Донатимо», «Тримаємося» тощо) стали важливими у комунікаційному процесі.

Національний тренд, що вийшов за межі України, став популярним у різних сферах, де можна використовувати орнаменти, наліпки, фото та слогани. Виразною стала патріотична українська риторика, яка тісно пов'язана з вітчизняними компаніями.

Таким чином, комунікації підприємства у воєнний час мають важливе значення для забезпечення стабільності, підтримки співробітників та клієнтів, а також підтримки держави в цілому.

Інформаційні джерела

1. Гандулян А. (2022). Маркетинг і реклама під час війни: як комунікувати і чи варто взагалі. URL: <https://thepage.ua/ua/experts/yak-biznesu-komunikuvati-z-kliiyentami-pid-chas-vijni-poradi-vid-fairo>

2. Литвинова Н. (2023). Говори вдумливо: як війна змінює стратегічні комунікації у бізнесі та соціумі. URL: <https://mind.ua/openmind/20252079-govori-vdumlivo-yak-vijna-zminyue-strategichni-komunikaciyi-u-biznesi-ta-sociu>

3. Платформа «Зроблено в Україні» на базі pulse.gov.ua

УДК 336.764.1:331.25

DOI:10.5281/zenodo.11917879

В.В. Федина, кан. екон. наук, доц. (НАСOA, Київ)

І.В. Заїчко, кан. екон. наук, доц. (НАСOA, Київ)

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМИ РИЗИКАМИ БАНКІВ

Вступ України до Європейського Союзу наразі є пріоритетним вектором розвитку вітчизняної економіки. Для успішної інтеграції до європейського співтовариства необхідні ретельно опрацьовані та стратегічно виважені рішення щодо налагодження економічної співпраці, зокрема у фінансово-банківській сфері.

Досягнення цілей євроінтеграційної стратегії неможливе без стабілізації фінансового ринку та посилення позицій українських банків на міжнародній арені. У цьому контексті адаптація досвіду організації банківського бізнесу, в тому числі і управління кредитними ризиками, у країнах Центральної та Східної Європи до особливостей функціонування банківських установ в Україні є надзвичайно актуальним.

З даної позиції цікавим є вивчення зарубіжного досвіду використання різних методів оцінки та управління кредитними ризиками банківськими установами. У країнах Європи найпоширенішими методами управління кредитним ризиком банку є сек'юритизація та скоринг.

Міжнародними стандартами фінансової звітності визначено, що «сек'юритизація – це процес трансформації фінансових активів у цінні папери» [1].

У світовій практиці виділяють три види сек'юритизації (рис. 1):

- класична сек'юритизація на основі «чистого продажу» («true sale») – здійснення банком реалізації власних активів в спеціальній установі, котра фінансує придбання даних активів за допомогою емісії цінних паперів на ринку капіталів;

- синтетична сек'юритизація («synthetic») – продаж банком власних активів не передбачається, оскільки активи залишаються на балансі банку, при цьому ризик збитків за деякими активами банк передає спеціальній установі, за що сплачує даній установі певну грошову суму або премію;

- накопичувальна сек'юритизація - банк здійснює формування кредитного портфеля і сам здійснює емісію облігації, котрі розміщує

серед іноземних банків (фактичний продаж SPV-компанії позики не відбувається) [2, с. 105].

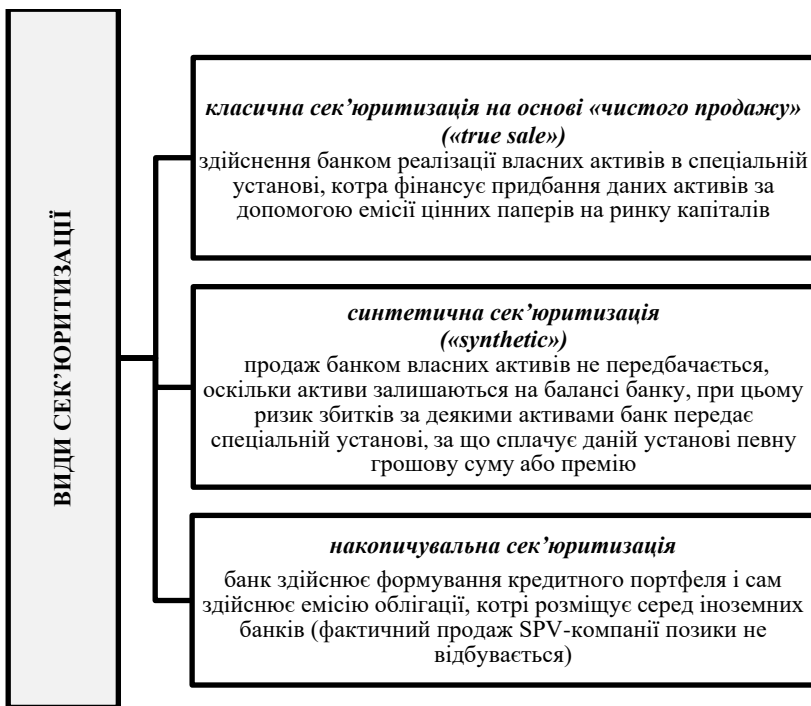


Рисунок 1 - Види сек'юритизації, які виділяють у світовій практиці

Як один із методів оцінки кредитного ризику банків у Західній Європі використовують також скоринг. Кредитний скоринг є «технологією, що використовується кредитно-фінансовими установами для визначення та оцінки платоспроможності клієнтів» [3].

Даний метод надає можливість визначити ризики, що є пов'язаними з кредитуванням на основі окремих характеристик потенційних постачальників, а також діючих клієнтів за допомогою підрахунку балів. Комерційний банк може це зробити за допомогою класифікації, а також визначення характерних ознак безнадійних, ненадійних та надійних позичальників в частині погашення кредитної заборгованості перед банком.

Інформація отримується за допомогою здійснення аналізу кредитних історій колишніх позичальників банку. При цьому розраховується інтегральний показник, на основі значення котрого, здійснюється розподіл позичальників банку щодо бар'єру надійності – позичальників з показниками оцінки, які є вищими за бар'єр відносять до надійних та їм кредит надають, ті ж позичальники, що мають оцінку нижче за бар'єр – потрапляють до списку неблагонадійних позичальників та не отримують кредит.

Впровадження системи кредитних балів дозволяє значно знизити витрати фінансово-кредитної установи за допомогою обрання найбільш надійних клієнтів, прискорення процесу надання кредитів, зменшення кількості недобросовісних клієнтів, визначення сегментації клієнтів з метою обрання найкращого цінового рішення т.д. Проект розробки, а також впровадження моделі кредитного скорингу передбачає здійснення персональних консультацій, проведення статистичного аналізу, а також перевірку даних, котрі надаються кредитором.

Скорингову модель, у спрощеному вигляді, можна розглядати як зважену суму основних характеристик позичальника, до таких відносяться: сімейний стан, дохід, вік, місце роботи та інші фактори.

На нашу думку, запровадження кредитного скорингу в практику діяльності вітчизняних комерційних банків надасть можливість для:

- підвищення ефективності управління кредитним портфелем комерційного банку на підставі прийняття обґрунтованих та зважених рішень;
- зниження операційних витрат завдяки економії робочого часу співробітників кредитного відділу, адже, порівняно з традиційним аналізом кредитної заявки позичальника, знижується кількість документації, котра потребує обробки.

Інформаційні джерела

1. Лачкова В.М., Лачкова Л.І., Шевчук І.Л. Фінансовий менеджмент у банку: навч. посібн. Харків: ФОП Іванченко І.С., 2017. 180 с.
2. Шірінян Л. В., Лисенок О. В. Диверсифікація та сек'юритизація кредитних портфелів українських банків. *Вісник Житомирського технологічного університету*. 2019. Вип. 3 (44). С. 103-111.
3. Рябчикова Д.А., Марина А.С. Сучасні методи мінімізації кредитного ризику в роботі комерційних банків. *Економіка та управління: сучасний стан та перспективи розвитку*: матеріали IV Міжн. наук.-практ. конф. фахівців, магістрантів, аспірантів та науковців. Одеса: ОДАБА. 2018. С. 364-366.

УДК: 338.47:656.1(477:4-6EU)

DOI:10.5281/zenodo.11918213

О.В. Ханова, канд. геогр. наук, доц. (ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків)

М.В. Музиченко, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ІНТЕГРАЦІЇ ТРАНСПОРТНИХ СИСТЕМ ЄС ТА УКРАЇНИ

Інтеграція транспортних систем Європейського Союзу та України є важливим аспектом євроінтеграційного процесу України. Це сприяє покращенню транспортних сполучень, підвищенню ефективності логістики, економічному зростанню та розвитку міжнародної торгівлі. Основними напрямками інтеграції є:

1. Участь у Транс'європейських транспортних мережах (TEN-T). Україна активно працює над інтеграцією своїх транспортних коридорів до TEN-T, що забезпечує сполучення між Україною та ЄС. Розвиток інфраструктурних проєктів у рамках TEN-T, таких як модернізація залізничних, автомобільних та портових об'єктів [1].

На рис. 1 наведено динаміку фінансування проєктів України в контексті її участі у Транс'європейських транспортних мережах (TEN-T).

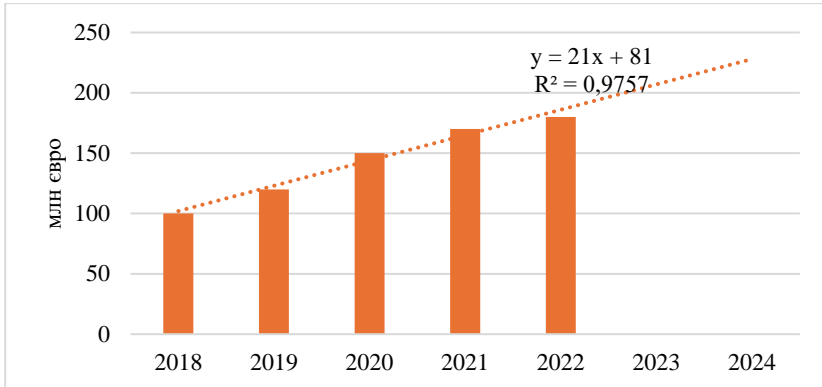


Рисунок 1 – Динаміка фінансування проєктів України в контексті її участі у Транс'європейських транспортних мережах (TEN-T) [1]

2. Гармонізація нормативно-правової бази в контексті інтеграції транспортних систем ЄС та України є ключовим фактором успішної євроінтеграції. Впровадження європейських стандартів у транспортну сферу забезпечує підвищення безпеки, якості та ефективності перевезень, сприяє економічному розвитку та зниженню негативного

впливу транспорту на навколишнє середовище. Спільні проекти, технічна допомога та обмін досвідом з європейськими партнерами допомагають Україні адаптувати своє законодавство та практики до норм ЄС, створюючи сприятливі умови для інтеграції в європейську транспортну систему. Серед нормативних документів, що були гармонізовані у відповідності до європейських стандартів, можна назвати такі:

В таблиці 1 наведено інформацію щодо законів України, гармонізованих згідно європейським стандартам.

Таблиця 1 – Закони України, гармонізовані з європейськими стандартами

Закон	Відповідність
Закон України «Про автомобільний транспорт» [2]	Директива 2006/126/ЄС про водійські посвідчення, Регламент (ЄС) № 1071/2009 про спільні правила доступу до ринку міжнародних автомобільних перевезень.
Закон України «Про залізничний транспорт» [3]	Директива 2012/34/ЄС про створення єдиного європейського залізничного простору
Закон України «Про морські порти» [4]	Регламент (ЄС) № 1315/2013 про основні орієнтири для розвитку транс'європейської транспортної мережі (TEN-T), Директива 2005/65/ЄС про підвищення безпеки портів
Закон України «Про авіаційний транспорт» [5]	Регламент (ЄС) № 1008/2008 про загальні правила експлуатації авіаційних перевезень, Директива 2004/36/ЄС про безпеку авіації
Закон України «Про дорожній рух» [6]	Директива 2008/96/ЄС про управління безпекою дорожньої інфраструктури, Директива 2004/54/ЄС про мінімальні вимоги до безпеки тунелів на транс'європейських дорогах
Закон України «Про митний кодекс України» [7]	Регламент (ЄС) № 952/2013 про митний кодекс Союзу

Джерело: [2-7]

3. Розвиток мультимодальних перевезень, які є ключовим елементом інтеграції транспортної системи України з Європейським Союзом. Це включає поєднання різних видів транспорту – автомобільного, залізничного, водного та авіаційного – для забезпечення ефективного та безперервного переміщення товарів. Останні п'ять років співробітництва між Україною та ЄС

характеризуються значними досягненнями у розвитку мультимодальних перевезень.

На рис. 2 наведено динаміку фінансування проєктів України в контексті розвитку мультимодальних перевезень.

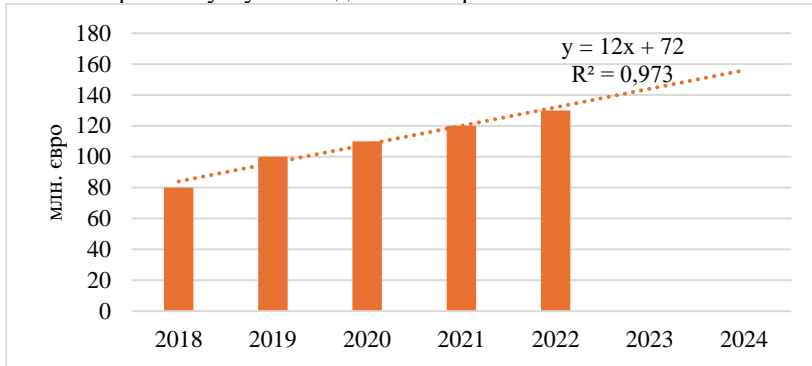


Рисунок 2 – Динаміка фінансування проєктів України в контексті розвитку мультимодальних перевезень [1]

Розвиток мультимодальних перевезень в контексті співробітництва України та ЄС має значний позитивний вплив на транспортну інфраструктуру країни. Завдяки залученню фінансової та технічної підтримки з боку ЄС, реалізуються проєкти з будівництва та модернізації мультимодальних логістичних центрів, інтеграції з європейськими транспортними коридорами та впровадження сучасних технологій управління логістикою. Це сприяє підвищенню ефективності перевезень, економічному зростанню, зниженню витрат на логістику та покращенню екологічної ситуації.

Інформаційні джерела

1. Trans-European Transport Network (TEN-T). URL: https://transport.ec.europa.eu/index_en
2. Закон України «Про автомобільний транспорт». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2344-14#Text>
3. Закон України «Про залізничний транспорт». URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JH5N800A>
4. Закон України «Про морські порти». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4709-17#Text>
5. Закон України «Про авіаційний транспорт». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3393-17#Text>
6. Закон України «Про дорожній рух». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3353-12#Text>
7. Закон України «Про митний кодекс України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>

УДК 334.012.42

DOI:10.5281/zenodo.11918419

В.А. Худавердісва, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

СВІТОВИЙ ДОСВІД РОЗРОБКИ НАЦІОНАЛЬНИХ ПРОГРАМ, СТРАТЕГІЙ ТА ПРАВОВИХ ОСНОВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

Цифрові рішення істотно впливають на бізнес-процеси та моделі, а їх застосування обумовлено змінами у споживчій поведінці, доступністю технологій та позитивним економічним ефектом. Пандемія Covid-19 сприяла тому, що бізнес став стрімко освоювати цифрові інструменти в організації комерційної діяльності, що сприяє динамічній цифровій трансформації бізнесу. Цифровізація господарської діяльності нині стала однією з ключових трендів у розвитку вітчизняного бізнесу.

Новостворене Міністерство цифрової трансформації поставило наступні цілі до 2024 року: 100 % публічних послуг мають бути доступні громадянам та бізнесу онлайн; 95 % транспортної інфраструктури, населених пунктів та їхні соціальні об'єкти мають мати доступ до високошвидкісного Інтернету; 6 млн. українців мають бути залучені до програми розвитку цифрових навичок; доля ІТ-продукту у ВВП країни має складати не менше 10 % [1].

Перші кроки включали прийняття правової основи для основних цифрових прав громадянина, включаючи право на доступ до широкопasmового Інтернету та збільшення доступності технологій для споживачів з метою зниження вартості програмного забезпечення, комп'ютерного та іншого обладнання. До передумов для просування цифрового порядку денного України належать нещодавно розроблене законодавство про цифрову економіку та телекомунікації, цифрову інфраструктуру, досягнення у сфері забезпечення безготівкової економіки - розвиток електронної торгівлі (e-Trade), електронного захисту (e-Trust) та кібербезпеки (Cybersecurity). Ініціатива «Smart City», нещодавно ініційована профільним Міністерством цифрової трансформації, свідчить про впевненість владних інституцій у наявній законодавчій та інституційній базі для впровадження комплексних ініціатив з побудови ІСТ-екосистеми на регіональному/місцевому рівні.

Проевропейські прагнення цифрового розвитку України підтверджуються розробкою Стратегії («дорожньої карти») інтеграції України до Єдиного цифрового ринку Європейського Союзу, проєкт якої наразі проходить оцінку представниками профільних структурних підрозділів Європейської Комісії.

Ключовими факторами успіху цифрової трансформації в сучасному світі є: готовність компаній до змін, забезпечення кадрами високої кваліфікації, використання найпрогресивніших технологічних рішень та способів їх впровадження. Респондентами також наголошується на значущості партнерських взаємодій у процесі цифрових трансформацій. Ділові контакти з постачальниками технологій, клієнтами та конкурентами сприяють підвищенню ефективності відповідних проектів.

Дослідження також показало готовність компаній до ризиків, пов'язаних із впровадженням цифрових технологій. Згідно з результатами опитування, 59% компаній Китаю вже отримали певні переваги в результаті реалізації проектів цифрової трансформації [2].

На сьогоднішній день найбільш розвинутою цифровою економікою у світі, на думку експертів, є Сінгапур. Цифрові технології, на думку міністра фінансів Сінгапуру Хен Сві Кіт, є ефективним інструментом трансформації бізнесу, який необхідно використовувати спільно з готовністю до інновацій і здатністю до розвитку [3]. Уряд Сінгапуру приділяє значну увагу розширенню корпоративних цифрових можливостей. На ці цілі державою лише у 2017 р. було виділено понад \$56 млн. Крім того, урядом країни реалізуються стимулюючі заходи:

1) компаніям надається додаткове фінансування та можливість отримання консалтингових послуг з боку держструктур у разі, якщо вони демонструють готовність до тестування та впровадження на своїй базі нових ІКТ;

2) в результаті затвердження державою більш гнучких правих норм, що регулюють сферу венчурного інвестування, у сінгапурських компаній розширюються експериментальні можливості щодо технічно складної продукції та сервісів.

Безперечно, світові тренди у сфері цифрової трансформації бізнесу – це серйозний виклик для вітчизняної економіки. А грамотне використання найкращих світових практик та інструментів цифровізації сприятиме не лише забезпеченню національної безпеки та зростання конкурентоспроможності України на світових ринках, а й підвищенню рівня та якості життя населення країни.

- В рамках Ініціативи EU4Digital Європейський Союз підтримує цифрову економіку і суспільство в країнах Східного Партнерства, сприяючи гармонізації цифрових ринків в регіоні, з метою надання інтегрованих онлайн-послуг для громадян, державних адміністрацій та підприємств. Ключем до досягнення цієї мети є шість мереж-кореспондентів EU4Digital з країн-партнерів та держав-членів ЄС, відповідальних за конкретні сфери політики. Мережі EU4Digital

служать платформами для обміну найкращими практиками та досвідом серед Східних партнерів та з ЄС, сприяють синергії та розробці спільних проєктів та дорожніх карт, а також зосереджуються на конкретних та досяжних результатах, спрямованих на поліпшення життя громадян та конкурентоспроможності бізнесу. На даний час Ініціатива EU4Digital об'єднує наступні пріоритетні дії та програми ЄС [1]:

- Мережі EU4Digital, що об'єднують представників Східних країн-сусідів ЄС та держав-членів ЄС для роботи в ключових тематичних областях.
- Програма EU4Digital: трирічна програма (2019-2022), що просуває ключові області цифрової економіки і суспільства відповідно до норм і практики ЄС.
- EU4Digital: широкосмугові стратегії в регіоні Східного партнерства (2018-2020), проєкт, здійснюваний Світовим банком для підтримки Східних країн-партнерів ЄС в розробці і реалізації національних стратегій в області широкосмугового зв'язку.
- EU4Digital: проєкт «Кібербезпека - СХІД», спрямований на посилення кібербезпеки в країнах-партнерах і підвищення довіри до використання цифрових послуг.
- EU4Digital: EaPConnect (з'єднання дослідницьких і освітніх спільнот) розширює мережеву інфраструктуру для об'єднання дослідницьких і освітніх спільнот з країн ЄС та Східних країн-партнерів.

Інформаційні джерела

1. Україна 2030E - країна з розвинутою цифровою економікою. Український інститут майбутнього. URL: <https://strategy.uifuture.org/>
<https://strategy.uifuture.org/index.html> <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html><https://strategy.uifuture.org/>
2. Sayer P. *Tsifrovaya transformatsiya po vsemu miru: ne zapazdyvaet li vasha kompaniya? 2017* [Digital transformation around the world: is your company late? 2017]. URL: <https://www.cio./news/2067>
3. Досвід Сінгапуру: Які три аспекти необхідні для успішної цифровізації економіки? 2018. URL: https://bnews.kz/news/opit_singapura_kakie_tri_aspekta_neobhodimi_dlya_ushpeshnoi_tsifrovizatsii_ekonomiki

УДК 372 (427) 811

DOI:10.5281/zenodo.11918819

І.В. Царьова, д-р філ. наук, проф. (ДДУВС, Дніпро)

ГАРМОНІЗАЦІЯ ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ У СФЕРІ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЙ

Гармонізація законодавства України з правом ЄС у сфері регулювання діяльності компаній є важливим кроком для інтеграції України в європейське співтовариство. Разом із здобуттям незалежності Україна обрала стратегічним орієнтиром створення національної державної правової системи європейські правові стандарти та впевнено стала на шлях розширення зв'язків з ЄС. Першим важливим кроком на шляху до залучення нашої держави до європейського правового поля стало підписання Угоди про партнерство і співробітництво між Україною та Європейськими Співтовариствами та їхніми державами-членами від 14 червня 1994 р., ратифікованої Законом України No 237/94-ВР від 10.11.1994 р. [1]. У сфері фінансових послуг постановою передбачено заходи направлені на гармонізацію національного законодавства України із актами законодавства ЄС, які предметно включають в себе виконання положень 40 директив Європейського Союзу та 7 Регламентів ЄС. Відповідно до наведеної постанови Кабінету Міністрів України, Рішенням Правління Національного банку України затверджено План заходів Національного банку України з виконання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом [2].

Приведення українських нормативно-правових актів відповідно до європейських стандартів і вимог, що дозволить українським компаніям працювати на європейському ринку та забезпечить їхню конкурентоспроможність [3]. Цей процес вимагає великих зусиль і часу, але вкладається в розвиток країни та зміцнення її позицій на міжнародній арені. Завданням гармонізації права компаній у межах Європейського Союзу було забезпечення свободи створення компаній, їх переміщення, перетворення, забезпечення захисту прав акціонерів, третіх осіб, кредиторів. Становлення права компаній в Європейському Союзі почалося ще з кінця 60-х років і триває до сьогодні. Так, однією з останніх директив було прийнято директиву про права акціонерів. Гармонізація права компаній у межах Європейського Союзу є важливим завданням, що передбачає уніфікацію законодавства щодо діяльності компаній у країнах ЄС. Це сприяє створенню сприятливого середовища для бізнесу та забезпечує прозорість і консистентність у регулюванні.

Гармонізація права компаній також сприяє співробітництву між країнами ЄС та забезпечує рівноправ'я для учасників ринку.

Висловлення думки зовнішнього аудитора щодо якості фінансової звітності банківських структур, які одночасно виступають і своєрідним критерієм професійного судження. Безперечно, після аудиту банк володіє інформацією, яка міститься у фінансовій звітності, яку можна використовувати в системі ділового обороту як один з інструментів, що забезпечують залучення фінансових ресурсів, визначення конкретного бізнес-рішення.

Певний вплив на якість фінансової інформації мають джерела фінансування компаній і фірм. Тривалий час вважали, що якщо фінансування компаній здійснюється через фондові біржі, де центральним моментом є продаж акцій усім охочим, то якість інформації, яку публікують, буде вищою, ніж у разі фінансування, що здійснюється за приватними договірними угодами. В останньому випадку особа, яка надає фінансові ресурси, може отримати необхідну їй інформацію в рамках самої угоди. У межах Європейського співтовариства на основі директив було зроблено спробу узгодження діяльності фондових бірж, що сприяє гармонізації систем обліку. Різні джерела фінансування також можуть вимагати різний ступінь деталізації інформації, що публікується. При цьому вважається, що наявність значної частки державних або частково контрольованих державою підприємств призводить до істотного посилення вимог до бухгалтерської інформації. Отже, джерела фінансування компаній і фірм мають великий вплив на якість фінансової інформації. Наприклад, якщо компанія отримує фінансування від банків, то інформація про її фінансовий стан може бути більш консервативною, оскільки банки можуть вимагати додаткових гарантій. З іншого боку, якщо компанія отримує фінансування від венчурних капіталістів, то її фінансова звітність може бути більш агресивною, оскільки венчурні капіталісти часто шукають високий рівень прибутковості.

Істотне значення в оцінці якості первинних документів [4] займають питання забезпечення інформаційності повідомлень. Бухгалтер повинен вирішити дилему: чи обліковувати факти господарського життя в їхньому електронному вигляді, чи за допомогою документів давати їхнє інформаційне відображення. У першому випадку документи розглядаються як такі, що повністю відображають реальну дійсність (так звана натуралістична концепція), а в другому випадку йдеться про часткову адекватність, оскільки практично неможливо точно визначити зношеність устаткування, природний убуток товарів, правильно оцінити продажну вартість

товарів. Часткова адекватність первинних бухгалтерських документів поділяється більшістю представників сучасної західної облікової думки і низкою великих російських учених, які вважають, що документи не стільки точно відображають факти господарського життя, скільки правову основу. Економічний же зміст фактів господарського життя має на увазі, що документи виступають у якості носіїв інформації, необхідних для прийняття управлінських рішень.

У реальному житті економічні відносини мають форму юридичних, а це призводить до того, що економічні передбачають наявність різних категорій для різних цінностей. Досить сказати, що товар розглядають з точки зору вартості, продажної, виробничої, купівельної цін, а також і собівартості. Одночасно дати облікову інтерпретацію можна тільки за умови введення в сукупність використовуваних рахунків поряд з основними ще й регульованих рахунків, що одразу ж призводить до появи спотворених чинників, що виражаються в появі штучних оборотів.

Сьогодні можна констатувати, що владою створено всі передумови гармонізації законодавства України та ЄС і запроваджено таку систему в механізмі правотворчості в Україні, яка забезпечуватиме розробку та прийняття всіх нормативно-правових актів відповідно до стандартів права ЄС [3]. Разом з тим Україна, на жаль, дотепер знаходиться ще далеко від європейських стандартів правової регламентації в багатьох сферах відносин.

Інформаційні джерела

1. Угода про партнерство та співробітництво між Україною і Європейськими Співтовариствами та їх державами-членами: ратифікована Законом України від 10.11.1994 № 237/94-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1994. № 46. Ст. 214.
2. Рішення Правління Національного банку України від 11 вересня 2018 року №603-рш «Про затвердження Плану заходів Національного банку України з виконання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом»
3. Царьова І. В. Сучасний український юридичний текст: лексико-дериваційна структура. Дніпро: ЛІРА, 2020. 446 с.
4. Царьова І. В. Юридичне документознавство: навчальний посібник. Дніпро: Дніпропетров. держ. ун-т внутр. справ, 2016. 149 с.
5. Tsareva I. V. Functional and derivative space of the legal text. *Advanced trends of the modern development of philology in European countries: Collective monograph*. Riga : Izdevnieciba "Baltija Publishing", 2019. P. 217-233.

УДК 65.011.56

DOI:10.5281/zenodo.11918887

А.В. Чередниченко, асист. (ОНМедУ, Одеса)

В.А. Чередниченко., канд. екон. наук, доц. (НУОП, Одеса)

ЦИФРОВІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В СТОМАТОЛОГІЇ

У сучасному світі медичні послуги стали не просто важливою складовою системи охорони здоров'я, але й значущим фактором для розвитку економіки медичної сфери. Стоматологічні послуги, спрямовані на діагностику та лікування захворювань зубів, ротової порожнини та щелепно-лицевої ділянки, мають значення як для якості життя пацієнтів, так і для зміцнення економічного розвитку країни.

Бізнес-процеси є фундаментом діяльності будь-якого підприємства. Міжнародний стандарт ISO 9001 трактує бізнес-процеси як стійку, цілеспрямовану сукупність взаємопов'язаних видів діяльності, яка за визначеною технологією трансформує вхід у вихід [1]. Ефективне управління та оптимізація бізнес-процесів забезпечує реальне поліпшення роботи підприємства за ключовими показниками, такими як витрати, швидкість реакції, якість продукції чи послуг, задоволеність клієнтів. Для досягнення стратегічних цілей організації важливо чітко визначити найбільш вагомі бізнес-процеси, провести їх діагностику та з'ясувати найпроблемніші з них для подальшої оптимізації.

Поняття «бізнес-процес» є досить новим для сфери охорони здоров'я, але водночас дуже актуальним в сучасних умовах. Застосування процесного підходу в управлінні медичними установами передбачає виділення ключових бізнес-процесів, їх документування, аналіз ефективності, реінжиніринг та автоматизацію. Це дозволяє чітко розподілити ресурси, усунути дублювання функцій, зменшити час обслуговування пацієнтів.

В медичних закладах бізнес-процесами є весь спектр лікувально-діагностичних, профілактичних та організаційних заходів. Економіка медичної сфери, як і будь-яка інша галузь, визначається сукупністю послуг, що надаються.

Наприклад, під час клінічного прийому пацієнта лікарем-стоматологом-ортопедом, проводиться опитування та огляд порожнини рота і щелепно-лицевої ділянки в цілому, призначення та дослідження результатів додаткових методів обстеження, постановка попереднього та остаточного діагнозу, планування лікування із залученням інших спеціалістів (стоматологів-терапевтів, стоматологів-хірургів,

ортодонтів) – все це окремі бізнес-процеси, які у сукупності створюють стоматологічну послугу.

В Україні алгоритм надання послуг в медичній галузі можна розмежувати як до початку реформи системи охорони здоров'я та після початку реформи. Відповідно і бізнес-процеси суттєво різняться. До реформи система оплати процесів лікування передбачала державне фінансування на утримання штату, будівель та господарського блоку лікарень. Система фінансування не залежала від результатів лікування, кількості і якості наданих послуг. Кошти розподілялись непрозоро: медичні заклади отримували непропорційне наданим послугам фінансування. При недостатньому фінансуванні не оновлювалось обладнання, якість медичних послуг поступово знижувалась, особливо це стосувалось медичних закладів у маленьких населених пунктах, районних лікарень, сільських лікарень тощо. Крім того високоспеціалізована медична допомога надавалась на рівні обласних лікарень і медичних інститутів. Дещо інша ситуація була в приватних закладах охорони здоров'я, але оплатити вартість медичних послуг могли далеко не всі.

Реформа суттєво змінила функціонування основних бізнес-процесів в медичній сфері та створила наступні переваги: запровадження принципу «гроші ходять за пацієнтом», який дає право вибору лікаря і медзакладу; створення конкурентного середовища серед медустанов, що спонукає змагатися за пацієнта та його кошти, отже стимулює підвищення якості послуг; чітке визначення гарантованого пакету безоплатних послуг в первинній ланці; запровадження електронної системи Ehealth для обміну медичними даними та розвитку телемедицини; стимулювання розвитку сімейної медицини та профілактичного напрямку; посилення відповідальності медзакладів за результати лікування пацієнтів; підвищення заробітних плат медперсоналу та фінансування галузі; скорочення кількості лікарняних ліжок та оптимізація мережі закладів; залучення інвестицій у модернізацію медичної інфраструктури.

Сучасна система надання медичних послуг піддається постійним змінам і вдосконаленням відповідно до потреб суспільства та технологічного розвитку. Зокрема, до основних трендів в медицині, зокрема, у галузі стоматологічних послуг можна віднести: широке залучення цифрових технологій. Телемедицина стала важливим інструментом для здійснення консультацій, проведення діагностики та навіть лікування за допомогою інтернет-технологій.

Використання цифрових технологій у медицині не тільки полегшує доступ до медичних послуг, але й сприяє оптимізації роботи

медичних установ та забезпеченню ефективної комунікації між пацієнтами та медичним персоналом. Розвиток та впровадження цифрових інновацій у медицині є ключовим елементом сучасного світу, спрямованого на поліпшення якості та доступності медичних послуг.

Технологія цифрової візуалізації дозволила діагностиці перейти від стадії, на якій домінує груба морфологія, до фізіологічної, функціональної, метаболічної чи генетичної візуалізації. З переходом від рентгенівських зображень 2D до 3D-та 4D-зображень точність візуалізаційної діагностики значно покращилися. Інтервенційна діагностика та лікування розвиваються у напрямку візуалізації в реальному часі, тривимірного відображення, застосування мінімально інвазивних, неінвазивних та безрадіаційних методів.

Сьогодні низка стоматологічних клінік рекламують роботу за цифровим протоколом і, відповідно, використання усіх здобутків цифрової стоматології в роботі. Цифрова стоматологія – це зручні та ефективні методи, які роблять стоматологічне лікування більш комфортним і безболісним, а результат – максимально прогнозованим.

Цифрова стоматологія – це набір комп'ютерних програм, пристроїв та інструментів, що дозволяють з високою точністю поставити діагноз, отримати необхідні дані, створити оптимальні шляхи вирішення діагностованої патології та попередньо побачити майбутній результат лікування. Важливим моментом такої методики вважаються комфортні умови, які отримує пацієнт у процесі діагностики та безпосереднього лікування, а також максимально точний та довгостроковий результат, отриманий на базі сучасних технологій.

Отже, управління на основі цифровізованих бізнес-процесів є прогресивним підходом, який сприяє підвищенню конкурентоспроможності медичних закладів. Його впровадження вимагає перегляду традиційних схем організації роботи та готовності до змін з боку медичного персоналу. Проте саме процесний підхід забезпечує максимальну орієнтацію системи охорони здоров'я на пацієнта та його потреби.

Інформаційні джерела

1. Національний стандарт України ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015 IDT) «Система управління якістю. Вимоги» URL: https://zakon.isu.net.ua/sites/default/files/normdocs/dstu_iso_9001_2015.pdf

УДК 658:7

DOI:10.5281/zenodo.11918978

З.Я. Шацька, д-р екон. наук., доц. (КНУТД, Київ)

О.С. Стужний, здоб. ступ. PhD (КНУТД, Київ)

ЦИФРОВА БЕЗПЕКА ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Цифровізація логістики з кожним днем набирає обертів і все більше підприємств та компаній використовують новітні технології для підвищення якості своїх товарів та послуг, пришвидшення їх доставки до кінцевого споживача та задоволення потреб споживачів.

Цифрова логістика – це сфера, яка використовує інформаційні технології для оптимізації та управління логістичними процесами підприємства, що дозволяє ефективно керувати запасами, вдосконалювати маршрути доставки, підвищувати точність прогнозування попиту, знижувати витрати на складське господарство, прискорювати обробку замовлень та забезпечувати більш високий рівень обслуговування клієнтів.

Перехід до цифровізації логістичних процесів зумовлює трансформацію діючих бізнес-процесів підприємства в цифрову форму. Відбувається цифрова трансформація бізнес-процесів компаній, яка полягає у запровадженні прогресивних технологій для підвищення ефективності, продуктивності та цінності компанії в системі економічних відносин. Ключовими результатами такого перетворення можуть бути: скорочення та оптимізація рівня витрат, поліпшення якості послуг і продуктів та збільшення результативності і конкурентоспроможності в ринковому середовищі [2].

Впровадження цифрових технологій дозволяє швидко приймати управлінські рішення щодо організації логістичних процесів та транспортних операцій, оптимізувати матеріальні, інформаційні та фінансові процеси, покращити якість обслуговування споживачів, знизити логістичні витрати і тим самим підвищувати конкурентоспроможність корпорацій [1].

Сучасний технологічний, економічний, інформаційний розвиток призвів до появи широкого спектру загроз нового типу і підсилив дію вже відомих загроз, таких як тероризм, «неспроможні» держави, розповсюдження зброї масового ураження, кібертероризм та інші [3]. Разом з тим, на фоні глобального поширення цифровізації у всіх бізнес-процесах підприємства особливо актуальним постає питання про їх захист від стороннього втручання з метою нашкодити діяльності

підприємства. Саме тому цифрова безпека логістичних процесів на підприємстві є стає критично важливою в сучасному світі, оскільки в умовах цифрової трансформації більшість таких процесів стають автоматизованими та базуються на інформаційних технологіях, особливо слід враховувати швидкий розвиток цифрових технологій та зростання загроз кібербезпеки.

Метою цифрової безпеки логістичних операцій є збереження інформації та забезпечення нормального функціонування цифрових логістичних систем підприємства. Ключовими напрямками цифрової безпеки, які слід враховувати при побудові логістичних процесів на підприємстві є:

- впровадження кіберзахисту інформаційних систем;
- забезпечення шифрування даних;
- захист персональних даних;
- фізична безпека обладнання;
- обмеження доступу до комерційної таємниці підприємства.

Для забезпечення безпеки цифрових логістичних процесів та інших цифрових бізнес-процесів на підприємстві створюється відділ економічної безпеки, який займається вирішенням зазначених питань. Це пов'язано з тим, що недотримання умов цифрової безпеки логістичних операцій призводять до різноманітних втрат підприємства від зменшення обсягів реалізації продукції, переходу ключових постачальників та клієнтів до конкурентів та інші проблеми.

Компенсація зазначених вище втрат підприємства потребує значних додаткових витрат на перебудову логістичних процесів, що знижує ефективність виробництва продукції загалом і можливість успіху підприємства в конкурентній боротьбі.

Інформаційні джерела

1. Мельник О. В. Нові концептуальні підходи в логістиці. *Ефективна економіка*. 2013. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>
2. Лісова Р. М. Вплив діджиталізації на бізнес-моделі: Етапи та інструменти цифрової трансформації. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «МЕВ та світове господарство»*. 2019. Вип. 24(2). С. 114–118. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_24%282%29_24
3. Шацька З.Я. Христинченко А.А. Економічна безпека сучасного підприємства в контексті впливу «м'яких» та «жорстких» загроз. *Причорноморські економічні студії*. Випуск 2. Ч.2. 2018. 180 с. с.43-46. URL: http://bses.in.ua/journals/2018/26_2_2018/10.pdf

УДК 346:327:061.1

DOI:10.5281/zenodo.11919006

Н.В. Шибасва, д-р. екон. наук., доц. (ДБТУ, Харків)

Т.О. Бабан, канд. екон. наук., доц. (ДБТУ, Харків)

ПРОГРЕС УКРАЇНИ НА ШЛЯХУ ГАРМОНІЗАЦІЇ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ІЗ ЗАКОНОДАВСТВОМ ЄС

Європейський Союз – унікальне партнерство між 27 європейськими країнами, які разом займають більшу частину європейського континенту. В ЄС проживає близько 447 мільйонів людей, що становить 6% населення світу.

У 2014 р. Верховна Рада України та Європейський Парламент синхронно ратифікували Угоду про асоціацію між Україною та ЄС [1].

У лютому 2022 року Україна подала заявку на членство в ЄС та отримала статус кандидата в ЄС у червні 2022 року. ЄС інтегрує нових членів через процес Розширення, коли країни-кандидати виконують низку політичних та економічних умов. Процес заохочує демократичні та економічні реформи в країнах, які хочуть стати членами ЄС, і сприяє більшій стабільності та процвітанню в Європі.

Європейська Комісія 17 червня 2022 року надала сім рекомендацій Україні щодо акцентів у проведенні реформ: реформа органів судового управління, зміни правил надання аудіовізуальних медіа-послуг, реформа Конституційного Суду України, протидія і запобігання корупції, боротьба з шахрайством і відмиванням грошей, впровадження антиолігархічного законодавства, а також удосконалення законодавчої бази про національні меншини.

Важливою складовою проведення реформ є узгодження законодавства України із законодавством ЄС. Процес було розпочато у 2014 р. на основі Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. За офіційною інформацією на початок 2024 р. виконано 77 % від загального обсягу зобов'язань за цією Угодою, у тому числі в основних галузях економіки.

Для оцінки стану імплементації актів права ЄС в українське законодавство Україна провела селф-скринінг: за 6 місяців було проаналізовано близько 28 тисяч нормативно-правових актів та визначено акти, які вже імplementовано та які, ще потребують імплементації.

Упродовж 2023 року Україна та ЄС підтримували інтенсивну політичну і секторальну взаємодію на найвищому, високому та

експертному рівнях для продуктивного обміну досвідом і отримання допомоги сторони ЄС з метою інтенсифікації проведення визначених реформ.

Прогрес у виконанні Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом збільшився у 2023 р. на 5% (до 77%, починаючи з 2014 р.) [2].

Водночас прогрес за різними сферами має суттєві відмінності. Найбільший прогрес виконання угоди про асоціацію за 2014–2023 рр. мають такі сфери, як: інтелектуальна власність – 98%, статистика та обмін інформацією – 96%, гуманітарна політика – 94%, освіта, навчання та молодь – 94%, юстиція, свобода, безпека права людини – 92%, політичний діалог, національна безпека та оборона – 91%.

Найменший прогрес мають сфери фінансового співробітництва та боротьби з шахрайством – 24%, транспорт, транспортна інфраструктура, поштові та кур'єрські послуги – 56%, митні питання – 61%.

Прискоренню прогресу сфері захисту інтелектуальної власності сприяло набрання чинності Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення захисту прав інтелектуальної власності», який сприятиме досягненню європейського рівня захисту прав інтелектуальної власності та удосконаленню захисту прав інтелектуальної власності у судовому порядку [3].

З метою наближення національної статистичної практики до стандартів та вимог ЄС, протягом 2023 р. Державна служба статистики України продовжувала здійснення робіт із розробки, актуалізації та удосконалення методологічних положень та звітно-статистичної документації державних статистичних спостережень.

Для адаптації законодавства України до стандартів ЄС у сфері гуманітарної політики розпорядженням Кабінету Міністрів України № 850-р затверджено Державну цільову національно-культурну програму «Єдність у розмаїтті» на період до 2034 року [4].

В освітній сфері на кінець 2023 р. розроблено більшу частину стандартів вищої та професійної освіти. Україна активно бере участь у програмі ЄС «Еразмус+» і використовує всі надані можливості.

За показниками 2023 р. найвищі темпи прогресу мали такі сфери, як: захист прав споживачів – 32%, соціальна політика і трудові відносини – 25%, громадське здоров'я – 12%. Жодного прогресу в 2023 році не відбулось по таким сферам як управління державними фінансами, статистика та обмін інформацією, фінансове співробітництво та боротьба з шахрайством.

З метою гармонізації системи захисту прав споживачів в Україні з практиками ЄС було прийнято Закон України «Про захист прав споживачів» (набирає чинності через рік з дня його опублікування, але не раніше дня припинення чи скасування воєнного стану) [5].

У сфері соціальної політики України дотримується своїх зобов'язань перед громадянами, також, розроблені законопроекти, спрямовані на імплементацію Директив, зазначених у Додатку XL Угоди про асоціацію.

В умовах збройної агресія РФ Україна продовжує наближати систему громадського здоров'я до європейських стандартів. У 2023 р. ухвалено Закони «Про систему громадського здоров'я» та «Про лікарські засоби».

Гармонізація нормативно-правового забезпечення економічної діяльності України із законодавством ЄС в цілому має позитивні аспекти, які сприяють розвитку країни і зміцненню її позицій на європейській арені.

8 листопада 2023 р. Європейська Комісія оприлюднила Звіт про прогрес України в рамках Пакету розширення 2023, у якому здійснено оцінку рівня готовності України до вступу в ЄС, як країни-кандидата. Визнанням прогресу України на шляху наближення законодавства до стандартів ЄС стало історичне рішення про відкриття переговорів про вступ із Україною.

Інформаційні джерела

1. Угода про асоціацію. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/evropejska-integraciya/ugoda-pro-asociasu>
2. Звіт про виконання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом за 2023 рік. URL: <https://eu-ua.kmu.gov.ua/wp-content/uploads/Zvit-pro-vykonannya-Ugody-pro-asotsiatsiyu-mizh-Ukrayinoyu-ta-YEvropejskym-Soyuzom-za-2023-rik.pdf>
3. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення захисту прав інтелектуальної власності» № 2974-IX від 20.03.2023р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2974-20#Text>
4. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної цільової національно-культурної програми «Єдність у розмаїтті» на період до 2034 року» № 850-р від 26.09.2023р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/850-2023-%D1%80#Text>
5. Закон України «Про захист прав споживачів» № 3153-IX від 10.06.2023р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3153-20#Text>

УДК 658:338.2-334

DOI:10.5281/zenodo.11919028

І.А. Шинкаренко, здоб. ступ. PhD (ДБТУ, Харків)

КОМПОНЕНТНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ АДАПТИВНОЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах, цифрові перетворення торкаються бізнесів практично всіх сфер економіки. Цифровізація, призводить до позитивних змін в діяльності суб'єктів господарювання, а й водночас породжує безліч проблем [4, с. 185], серед яких є необхідність кардинального реформування всього бізнесу. Успішними стають ті підприємства, які демонструють найбільшу гнучкість у перебудові бізнесу та зміні бізнес-моделей, що дозволяє їм підтримувати високі темпи зростання [2, с. 54]. Для багатьох галузей вітчизняної економіки спочатку COVID-19, а потім – військові дії, стали справді значущою, з негативної точки зору, подією.

Війна в Україні спричинила гуманітарну, продовольчу та енергетичну кризи з руйнівним впливом на людей, економіку, інфраструктуру. Управлінські інструменти, які забезпечували результативність бізнесу в стандартних умовах – раптово стали неефективними. З метою збереження бізнесу вітчизняні підприємства повинні були швидко адаптуватися (хто успішніше, хто менш) до умов «нової реальності» та змінити традиційні підходи до організації діяльності. Найактивніші підприємства прийняли для себе нову бізнес-модель, яка дозволила їм адаптуватися до умов, що змінюються [6, с. 236]. Разом з тим, сьогодні, питання адаптивного розвитку не втрачають своєї актуальності, що актуалізує питання пошуку напрямків вдосконалення діяльності.

Вивчення сучасної наукової літератури [1-6] та практичний досвід діяльності вітчизняних підприємств дозволяє рекомендувати в якості дієвого інструменту адаптації карту бізнес-можливостей організації, яка розбиває бізнес-можливості на дрібніші, керовані елементи, щоб визначити різні темпи змін та потребу в гнучкості. Декомпозиція створює можливість визначити наявні прогалини в діяльності та краще зрозуміти обсяг робіт за кожним бізнес-процесом. До того ж, важливо враховувати відображення потоку створення цінності, щоб визначити основні продукти та клієнтів, яких торкнеться зміни архітектури. Взаємозв'язок між картами потоку створення цінності та бізнес-можливостями дозволить визначити існуючі недоліки та потенційні конфлікти інтересів зацікавлених сторін.

Значна кількість успішних підприємств набули стійкості свого розвитку, дотримуючись принципів так званого складового або компонентного бізнесу (від англ. «*composable*» – складовий, збірний) [5]. «Компонентний бізнес – це природне прискорення цифрового бізнесу, що дозволяє забезпечити стійкість та гнучкість» [2, с. 55]. Компонентний бізнес може бути адаптований залежно від запитів реального часу і бути стійким перед зовнішніми впливами за умов невизначеності.

«Компонентність» - це термін, що охоплює спосіб мислення, технології та процеси, які дозволяють підприємствам вводити нововведення та швидко адаптуватися до мінливих потреб бізнесу. Інтелектуальний компонентний бізнес можна уявити у вигляді блоків Lego, які можна розташовувати та переставляти. Композиційні підприємства можуть швидко реагувати зміни ринку, збираючи і розбираючи різні компоненти.

Компонентний бізнес трансформує процес прийняття рішень, отримуючи доступ до даних, реагуючи на них найкращим і більш гнучким методом. Компонентний бізнес дозволить існувати новим бізнес-моделям, автономним операціям та новим продуктам, послугам та каналам, використовуючи проривні технології [1].

Адаптованість компонентної бізнес-моделі забезпечується у реальному часі. Архітектура бізнес-процесів на основі цієї ідеї створює можливість перебудовувати та переорієнтувати бізнес та забезпечує його стійкість незалежно від зміни чинників зовнішнього середовища. Такими чинниками можуть бути [2, 5]: зміна споживчих пріоритетів та запитів, раптові зміни в ланцюжку створення цінності, поява інноваційних технологій та інші.

Ідея компонентного бізнесу базується на чотирьох основних засадах:

1. Збільшення швидкості завдяки проривним розробкам.
2. Підвищена маневреність за рахунок модульності.
3. Ефективне керування через ручне керування.
4. Стійкість розвитку з допомогою автономії.

Можна виділити три «будівельні блоки» компонентного бізнесу:

1. Модульне мислення – це креативне мислення, що дає втратити творчий потенціал [3]. Такий тип мислення дозволяє бізнесу виживати і навіть процвітати за часів серйозних змін.

2. Компонована бізнес-архітектура гарантує гнучкість для підприємства. Насамперед це стосується структури та мети. Це, перш за все, структурні можливості, інструменти, які можна використовувати

при побудові архітектури бізнесу, до яких, в першу чергу, може бути віднесений штучний інтелект.

3. Модульні технології – це інструменти вже не майбутнього, а сучасного. Від їх використання може залежати конкурентоспроможність підприємства.

У поєднанні з чотирма вищезазначеними принципами «будівельні блоки» компонентного бізнесу дозволяють підприємствам швидко змінювати напрямки діяльності та розвиватися. Чим більше ці збірні бізнес-ідеї інтегровані в бізнес-модель, тим більше гнучкості та маневреності буде у підприємства.

Компонентний бізнес та пов'язані з ним креативні зміни – це ще досить новий підхід. Згідно з [5], поєднання трьох будівельних блоків (складове мислення, компонована бізнес-архітектура та складові технології) та чотирьох принципів (модульність, автономність, оркестрування та виявлення) становлять «компонентний бізнес-індекс».

Таким чином, компонування дозволяє підприємствам легко, швидко, безпечно та економічно адаптуватися до змін бізнес-середовища. Важливо звернути увагу на постійний пошук можливостей для модульної структури бізнесу, які здатні нівелювати загрози з невизначеності. Ці загрози можуть бути як геополітичними, так і соціальними, наприклад, зміна відносин споживачів.

Інформаційні джерела

1. Величко К.Ю., Цибульська Е.І. Трансформація бізнес-моделей компаній: сучасні виклики та перспективи у цифровій економіці. Економіка і суспільство. 2023. № 52. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-39>

2. Гринько П.Л. Цифрова трансформація бізнесу в умовах розвитку інноваційних процесів в Україні. Бізнес Інформ. 2020. Вип. 3. С. 53–58.

3. Дж. Гілфорд. Концепція креативності Е.П. Торренс. URL: <http://bibliograph.com.ua/psihologia-2-1/142.htm>. (дата звернення: 19.05.2024).

4. Устенко М., Руських А. Діджиталізація: основа конкурентоспроможності підприємства в реаліях цифрової економіки. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2019. Вип. 68. С. 181-192.

5. Gartner. Top Strategic Technology Trends for 2022. URL: <https://www.gartner.com/en/information-technology/insights/top-technology-trends>

6. Tkachenko E.A., Khuazhev A.A. Transformation of business models of entrepreneurial structures in the conditions of digitalization. In: Economics: Yesterday, Today and Tomorrow. 2021. Vol. 11 (4A). P. 235–244.

СЕКЦІЯ 2.

**СТРАТЕГІЧНІ
ПРІОРИТЕТИ
РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ
В ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНОМУ
КОНТЕКСТІ**

UDC 911.375

DOI:10.5281/zenodo.11919043

L.L. Kalinichenko, Dr. of Econ. Sciences (*KNU V.N. Karazin, Kharkiv*)

E.E. Zaika, bachelor's degree student (*KNU V.N. Karazin, Kharkiv*)

IMPLEMENTATION OF SAFE SPACE USING SMART CITY TECHNOLOGIES IN UKRAINE

Smart City technology involves the use of information and communication technologies to improve the quality of life in urban areas, efficient resource management, cost reduction and sustainability. One of the areas of Smart City development is security. The main goal of a true smart city is to improve the quality of life of local residents. This means ensuring economic, social and environmental sustainability. [1]

At the moment, who better than Ukrainians to understand the importance of introducing a safer living space? The introduction of Smart City technology in Ukrainian cities began in 2015. There have been many projects to promote this technology, including in the context of security. For example, Kyiv Smart City, SMART CITY HUB, etc.

Smart cities can use various technologies to create safer spaces. A variety of technologies are used to do this. These include reducing crime, improving traffic, protecting the environment and improving public safety. [1] The following options are offered in the SMART CITY technology to improve the area of security against crime:

- use of surveillance cameras in strategic locations;
- analysis of crime data, which can help city authorities identify the places and times when crimes are most likely to occur and direct resources to prevent them;
- bright and uniform lighting of streets, parks and other public places;
- city authorities and public services can use mobile applications and other technologies to warn residents of dangerous situations, such as fires, natural disasters or terrorist attacks.

The following measures have been proposed to improve the situation in the field of traffic, which is a very important part of public safety:

- intelligent transport systems that can be used to optimise traffic lights, improve public transport coordination and provide traffic information to drivers;
- automatic control systems;
- pedestrian crossings with motion sensors and lighting;
- expansion of bicycle lanes and traffic lanes can make cycling safer.

It is generally accepted that a smart city is not only about innovation and technology, but also about environmental protection. We cannot but agree that all life depends on the state of the environment. That is why we should think about spreading the following environmental ideas:

- - sensors for monitoring air quality, water levels and other environmental factors;
- - smart meters, energy-efficient appliances and other technologies to reduce energy consumption;
- - smart bins and other technologies can help reduce pollution and improve waste management.

And the common factor for all of the above is the improvement of public safety. For distribution

- Smart cities can use technology to improve coordination between different emergency services, such as police, fire and ambulance services.
- Security cameras, motion sensors and other technologies can be used to detect and prevent terrorist attacks and other crimes.
- The city can use mobile apps and other technologies to warn residents of dangerous situations such as fires, natural disasters, or terrorist attacks.

"Kyiv Smart City is a programme aimed at transforming Kyiv into one of the most modern and safe cities in the world. The programme introduces various smart city technologies, such as smart street lights, smart car parks and smart garbage bins. These technologies help improve the quality of life of Kyiv residents and make the city safer. [2]

In 2024, UAH 32.4 million will be allocated from the Mykolaiv budget for the installation of video surveillance cameras under the Safe City programme.[3]

List of references:

1. SMART CITY Ukraine: what it is and how it works in Ukrainian realities. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/2183/smart-city-ukraine-what-it-is-and-how-it-works-in-ukrainian-realities> (accessed 20.05.2024).
2. The programme of the Kyiv Smart City Forum 2020 has been announced. URL: <https://kyiv24.news/news/stala-vidoma-programa-kyiv-smart-city-forum-2020> (accessed 20.05.2024).
3. Volyn news. Smart city technologies are being introduced in Lutsk. URL: <https://topnews.volyn.ua/society/2024/03/20/96583.html> (accessed 20.05.2024).

UDC 338.432

DOI:10.5281/zenodo.11919079

S.A. Kravchenko, Sc.D., professor (*NSC «IA» NAAS, Kyiv*)

L.M. Malik, Sc.C., Senior researcher (*NSC «IA» NAAS, Kyiv*)

I.M. Bezhenar, Sc.C., Senior researcher (*NSC «IA» NAAS, Kyiv*)

DEVELOPMENT OF THE BUSINESS ECOSYSTEM IN AGRICULTURAL BUSINESS IN THE CONDITIONS OF EUROPEAN INTEGRATION AND WARTIME

The main tasks of creating a favorable business environment for the development of agrarian entrepreneurship in the context of European integration are rebranding (attraction of investment resources); creating a positive image for investors; simplification of administrative procedures. Different directions of functioning of entrepreneurship ecosystems in agrarian business should be aimed at the development of entrepreneurship, strengthening its stability and increasing activity, strengthening the socio-economic economy of agrarian production, improving the welfare of citizens in the countryside. The world economy has an example of successful entrepreneurship ecosystems, in particular: the Berlin ecosystem (Germany, segment of the creative economy), the Stockholm technological ecosystem (Sweden, the industry and innovation sector), the Shenzhen city ecosystem (China, the high-tech sector), the Tel Aviv ecosystem (Israel, sphere of high technologies and startups), Silicon Valley (USA, sphere of high technologies and innovations), Bangalore ecosystem (India, IT sphere), London financial ecosystem (Great Britain, sphere of financial technologies and innovations in the fintech sector).

Ecosystems of entrepreneurship in agrarian business are successfully implemented in Brazil, the USA and other countries of the world. In particular, the Danish ecosystem is focused on the rational use of limited state resources and the development of environmentally friendly technologies in agriculture through the cooperation of entrepreneurs with research organizations with the assistance of the government. also, Israel's ecosystem promotes the integration of business entities in agriculture and allows the introduction of technologies for the effective use of water, the use of drones for the purpose of monitoring crops and the implementation of technological processes. In the Netherlands, an agricultural ecosystem has been formed with the participation of farmers, startups and government bodies, which jointly ensure the introduction of innovations and the development of high technologies in agriculture, the development of greenhouses, irrigation

systems and modern methods of cultivating agricultural plants and raising animals.

The ecosystem of entrepreneurship in agrarian business has transformed into a powerful model of interaction between business entities, consumers of agricultural products, and support and service organizations for business entities. Various forms of interaction of business entities developed on the basis of various types of integration, cooperation, etc. Common options for economic cooperation are integration associations, hubs, business incubators and accelerators, agricultural cooperatives, production and innovation clusters, etc. Agrarian clusters and ecosystems of entrepreneurship in agrarian business are distinguished by similarity. They reflect the interaction of various business entities and positively influence the state of business. In Ukraine, we have only the initial stage of introducing the ecosystem approach in the development of entrepreneurship in agriculture. Most entrepreneurial ecosystems in agrarian business are based on the cooperation of large entrepreneurs (for example, agricultural holdings) with other players in the market environment [1, p. 58-60]. For example, the AgroGeneration ecosystem is focused on implementing GPS systems, telemetry; on the use of specialized equipment to increase productivity, etc. The Epicenter-K ecosystem promotes the development of its own agricultural production. The ecosystem with the participation of Myronivsk bread products promotes the introduction of new production technologies, digital management and monitoring systems. The Agroprosperis ecosystem makes it possible to implement new technologies for optimizing management and production processes.

The current trends in the development of agrarian entrepreneurship ecosystems in the conditions of European integration and wartime are the following: the introduction of Digital Agriculture, which is focused on making informed management decisions based on the use of IT, artificial intelligence, data analytics, drones, optimization of production processes [2, p. 18-20]; activation of medium, small, micro-businesses in the countryside through the development of cooperative and integration relations, introduction of resource rationalization technologies, improvement of business performance, increase of competitive and adaptive survival potential [3, p. 453-455]; the production of organic products and the implementation of eco-agriculture aimed at supporting biological diversity, the spread of organic methods of growing plants and animals; optimization of supply chains (logistics from the manufacturer to the final consumer; increased transparency in product management); formation of tourist infrastructure in the village; Green Energy Agriculture (increase in generation from renewable sources); development of Agriculture Finance through payment systems and

financial instruments. The ecosystem includes up-to-date digital solutions that determine the health status of fruit and field crops based on photographs, which can be scaled up for other types of trees and plants. Obtaining relevant and objective information about the state of plants using Internet services will improve the exchange of information between specialists and expert consultants.

Thus, in the process of research, it was established that the development of entrepreneurship ecosystems in agriculture is a promising mechanism for the European integration of economic entities. Ecosystems reflect a more optimal cooperation between business entities and their partners-players in business. The spread of ecosystems in entrepreneurship in agriculture will allow to activate the initiative of small and micro-businesses in the countryside, will contribute to the introduction of digital technologies, the optimization of the supply chains of agricultural raw materials and food products, the development of eco-agriculture, the strengthening of the financial management system, green energy, green and rural tourism, etc. The development of the ecosystem of entrepreneurship in agrarian business can have a synergistic effect, provided that the subjects of entrepreneurship in agriculture are fully rebuilt in the post-war period. Today, the ecosystem of entrepreneurship in agrarian business is functioning, but the strategy of their functioning very often cannot withstand turbulent flows.

References:

1. Kravchenko S., Malik L., Bezhenar I. (2024). Innovation management and digitalization in agricultural holdings for the production of grain and leguminous crops in wartime conditions. *Глобалізація та розвиток інноваційних систем: тенденції, виклики, перспективи* : збірник праць. Харків : Державний біотехнологічний університет, С. 58-60. URL : <https://biotechuniv.edu.ua/novyny-fakultetu-ekonomichnyh-vidnosyn-ta-finansiv/15-03-2024-zavershyla-robotu-ii-mizhnarodna-naukovo-praktychna-konferentsiya-globalizatsiya-ta-rozvytok-innovatsijnyh-system/>
2. Kravchenko S. (2024). Single digital market and development of business entities in agriculture of Ukraine in wartime conditions. *Sustainable development of the EU – best practices for Ukraine* : збірник праць. Lviv: Lviv Polytechnic National University, С. 18-20. URL : <https://lpnu.ua/news/opryliudneno-prohramu-internet-konferentsii-stalyi-rozvytok-yes-krashchi-praktyku-dlia-ukrainy>
3. Kravchenko S., Malik L. (2024). Advantages of neural networks in agricultural digital entrepreneurship. *Бізнес-аналітика: моделі, інструменти та технології* : збірник праць. Київ : Національний авіаційний університет, С. 453-455. URL : https://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/ogoloshennya/konferencii/2024/Bisnes_analituka_5_6_03.pdf

UDC 336.02:330.3

DOI:10.5281/zenodo.11919262

R.V. Levkina, Dr. of Econ. Sciences, Prof. (*NU "OP", Odesa*)

Ya.M. Kotko, PhD of Economics, As. Prof. (*SBTU, Kharkiv*)

INVESTMENT COOPERATION BETWEEN UKRAINE AND PARTNER COUNTRIES

The full-scale war in Ukraine has not diminished the interests of Western partner countries, as their investments are a source of funds to stabilize the situation and rebuild Ukraine's economy and society. To this end, the Ukrainian government is trying to establish close cooperation with various partner countries more intensively and effectively.

In 2022, the European Union and Ukraine, with the support of the International Finance Corporation, signed a guarantee agreement on support in the form of more than €500 million in investments to help Ukraine's recovery.

Under this agreement, €90 million was allocated to the Better Future program, and \$2 milliard was allocated to the Economic Resilience Program to support agribusiness, financing for small and medium-sized enterprises, and critical exports and imports.

Despite the positive developments, the situation in Ukraine remains difficult. The war is currently causing large-scale losses. In 2023, the losses reached almost \$152 milliards, and at the beginning of 2024 they amounted to more than \$157 milliards.

However, much more financial resources are needed to restore the economy and society. In this situation, the Ukrainian government is counting not only on the help and support of partner countries but also on increased funding from private capital, which comes even in times of war [1, p. 87].

Currently, Western partner countries whose representatives operate in Ukraine invest the most in Ukraine. After all, member companies of the European Business Association have investment projects/programs/grants, and in 2023, the average amount of investment was almost \$5 million.

Their activities are especially aimed at opening factories (increasing capacity, renovating production facilities, modernizing equipment), purchasing innovative agricultural machinery, and investing in digital products (IT, software).

According to the National Bank, in 2023, almost \$4.3 milliards was invested in the development of Ukraine's economy, with foreign investment mainly aimed at restoring capacities and backup energy sources (large industrial generators) that were damaged by shelling. In addition, foreign

arms companies are currently showing the greatest interest in Ukraine, for example, Baykar and Quantum-Systems to build production facilities for the production of drones, Rheinmetall to build factories for the production of military equipment and supplies, NJJ Capital to acquire the mobile operator lifecell, and OTP Bank Plc to privatize Sense Bank. These investments will optimize logistics operations, test developments in real conditions and, if necessary, improve them, and create jobs [2, pp. 8-13].

Western investors are interested in Ukraine because these partner countries see quite a lot of opportunities and a large market in Ukraine. For example, CRH is investing in the development of new cement production facilities (it acquired Astor plants and modernized them).

At the same time, Ukraine is geographically close to the EU, which creates additional interests in attracting cheap labor and high production profitability. The Ukraine Facility (Ukraine Investment Framework) program is expected to attract about 40 milliard euros of investments, as a result of reducing security risks of large-scale investment projects [3, pp. 250-251].

To attract foreign investors, the Ukrainian government needs to take several steps, including reforming the judicial system, modernizing the tax and customs services, transforming business standards and rules, and protecting intellectual property rights. This, in turn, will allow Ukraine to become an economically developed country and an attractive destination for Ukrainian migrants.

Information sources

1. Panov A.V., Mykhailiuk O.I. Analiz innovatsiino-investytsiinoho spivrobitnytstva Ukrainy ta YeS. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Vyp. 49. 2023. s. 85-88. <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2023-49-15>.
2. Belinska, Ya., Kolyada, O. (2023). Finansuvannya rozvytku ekonomiky Ukrainy za rakhunok inozemnykh investytsii: problemy i perspektyvy. *Infrastruktura rynku*. 71. s. 8–13 DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastruct71-2>.
3. Kavun S., Levkina R., Kotko Ya., Levkin D., Levkin A. Informatsiina bezpeka v upravlinni proektamy finansovo-budzhethnoho potentsialu natsionalnoi ekonomiky. Materialy seminaru CEUR: Zabezpechennia kiberbezpeky v informatsiino-telekomunikatsiinykh systemakh II, CPITS-II 2023, Kyiv, 26 zhovtnia 2023 roku. - Kyiv, 2023. - Vyp. 3550. - s. 246-254.

UDC 339.138

DOI:10.5281/zenodo.11920172

V.S. Lysi, PhD student (*SBTU, Kharkiv*)

CONSUMER TRUST IN THE BRAND: ROLE AND IMPORTANCE IN BUSINESS DEVELOPMENT

Consumer trust in a brand is a key factor for successful business in the modern world. Brand trust can be defined as the confidence consumers have that a brand will deliver on its promises and provide quality products or services.

Trust is formed based on the experience of interacting with the brand, reviews not only from other consumers, but from key stakeholders, as well as the company's reputation [1].

In an increasingly competitive environment, companies strive not only to attract new customers, but also to retain existing ones.

This work examines the main aspects of building consumer trust in a brand, its impact on customer loyalty and ways to strengthen the image. This is a socio-psychological phenomenon based on consumer belief in the reliability, quality and value of the brand provided.

According to the results [2], it is proven that trust is one of the key reasons why customers buy goods or services, how much they are ready to buy a product of this particular brand.

Trust builds loyalty and builds a good reputation. Trust is the basis of emotional connections with organizations. According to studies [3], the evaluation of reputation is 91% correlated with trust in the organization. Therefore, it can be concluded that trust is an invaluable asset in the relationship between a brand and a customer, significant for business development.

Consumer trust is influenced by many factors, which can be tentatively divided into several categories: product and service quality, business transparency and honesty, brand reputation, customer service, and social proof.

The quality of goods and services is a determining factor in the formation of trust in the company and the brand. Products must meet the stated characteristics and expectations of consumers, as high-quality products increase trust. In addition, compliance with standards and the presence of certificates are physical evidence that demonstrably confirm the quality of goods and services.

Consumers appreciate access to complete information about the product:

- composition,
- production process,
- origin of raw materials.

Companies that openly communicate about their activities and conduct business honestly deserve more trust.

Another factor related to honesty is transparent marketing communications, which help avoid misunderstanding and disappointment on the part of consumers.

Inflated expectations due to unfair advertising lead to disappointment and loss of customers.

Brand trust directly affects consumer loyalty.

Research shows that consumers who trust a brand are more likely to make repeat purchases and recommend the brand to others.

In addition, trust reduces the sensitivity of consumers to prices and negative reviews.

Companies that respond to feedback and criticism, constructively and promptly solve problems, quickly respond to consumer complaints, deserve more trust. This approach affects customer loyalty. Social media is a platform for brand promotion [4]. Creating an effective promotion strategy in social networks increases brand recognition.

The social responsibility of the business, the use of ESG principles, participation in social and environmental initiatives increases the level of trust in the brand.

Positive reviews and recommendations from other consumers create the effect of social proof, increasing trust.

High ratings on independent platforms and positive reviews from authoritative sources also contribute to the growth of trust.

The main strategies for strengthening trust in the brand are focused on 2 components of marketing activity:

- the product and its quality;
- the company's communication policy (quality of communications with clients and stakeholders; PR).

A strategy based on improving the quality of products and services implies constant improvement of the quality of products and services to meet the expectations and needs of consumers. Here is the company's client-oriented strategy.

A strategy based on communications involves transparent interaction between internal and external stakeholders. Open and honest communication with consumers, provision of complete and reliable information about the company's products, services and activities. Quick and effective response to consumer requests and complaints, provision of mechanisms for collecting and analyzing feedback. Active participation in social and environmental projects, demonstration of social responsibility and adherence to ethical standards contributes to the creation of a positive image of the company.

In the conditions of increased competition and availability of information, consumer trust in the brand becomes critically important for the sustainable development of the company.

Consumers are increasingly careful in their choices, giving preference to brands they trust.

Conducting research and analyzing data on consumer trust in the brand allows companies to understand their needs and expectations, as well as the effectiveness of applied strategies.

Regular monitoring makes it possible to identify changes in consumer preferences and respond promptly to them.

Thus, understanding the importance of consumer trust in the company's brand and applying appropriate strategies help not only retain existing customers, but also attract new ones, creating the basis for sustainable growth and development in the market. This is a fundamental element of successful business in the modern world. Understanding the mechanisms of ego formation, applying effective strategies for strengthening and constant brand development based on data analysis and research help companies create long-term and stable relationships with clients.

Reference:

1. Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81-93.
2. Edelman Trust Barometer Special Report (2023). The Collapse of the Purchase Funnel. URL: <https://ur0.jp/pqYs3>
3. RepTrack Trust Report 2023. URL: <http://surl.li/udnsk>
4. Савицька Н.Л., Забаштанська Т.В., Забаштанський М.М. Борисович В.А. Соціальні медіа як сучасний інструмент просування бренда. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2020. Вип. 2. С.116-130.

УДК: 330.4:005.93

DOI:10.5281/zenodo.11920570

M.A. Naumenko, PhD in Economics (*Charitable Foundation "Ukrainians Together", Poltava*)

DATA MINING IN EFFECTIVE ENTERPRISE ADVERTISING

In today's digital environment, online advertising is an essential part of an effective marketing strategy for businesses of all sizes. As advertisers invest heavily in digital advertising, it's important to have tools to help predict the likelihood of an ad campaign's success. Competition between advertisers is extremely tough. Every company is trying to attract the attention of Internet users and turn that attention into clicks, sales and conversions.

Business invests millions in advertising. The leading segment of the advertising industry today is online advertising. Online games, mobile applications, social networks, e-commerce platforms, search portals, online videos, banners and other digital media are just a few examples of the many digital media used in online advertising to reach potential customers. Data Mining has revolutionized the way businesses approach marketing by providing insights into customer behavior, identifying new opportunities and improving marketing strategies. The main components of Data Mining that support Internet marketing are the collection, aggregation, analysis and appropriate display of business intelligence data. After Data Mining, it is business analytics that helps determine the real pattern of consumer behavior. Thus, the emphasis on personalization and customization of content across multiple digital channels is one of the main implications of the impact of Big Data, in any form, on digital marketing.

Above all, it is important to understand consumer behavior, preferences and buying patterns through data analysis, which allows companies to adapt marketing campaigns, develop new products, optimize sales strategies and improve customer satisfaction. Among the key approaches considered in the Data Mining process are: problem identification, data preparation, model development, model use, and model monitoring. A number of techniques are used for classification and regression models, including decision trees, artificial neural networks, evolutionary algorithms, and association rules. Sophisticated Data Mining approaches such as text mining, web mining, and multimedia mining are explored to find hidden patterns and insights from various data sources such as documents, web materials, and multimedia files.

In recent years, there has been a lot of interest in implementing personalized marketing techniques and Data Mining tools in digital

companies as a mixed methods strategy that included both qualitative and quantitative research methods. In terms of qualitative methods, for example, in-depth interviews were conducted in one of the studies. Quantitative methods were used to collect data on consumer behavior from various online sources, including e-commerce Shopee, Instagram, TikTok, WhatsApp and Instagram. Quantitative analysis of this data is performed using methods such as association analysis, which identified relationships between products and purchasing patterns, recommendation systems that match individual customer preferences, and cluster analysis, which identified groups of customers with similar preferences and behaviors. Using these methods, researchers were able to gain a comprehensive understanding of how consumers relate to individual marketing tactics and how they behave in online stores.

Predicting CTR (click-through rate) is a calculation of the probability that a user will click on an advertisement. This indicator is very important in online advertising systems. Under the traditional pay-per-click paradigm, advertisers only get paid when viewers click on their ads, so a higher CTR can increase advertisers' profits. Using modern machine learning approaches based on large volumes of data, you can get a more accurate CTR forecast, which will increase the effectiveness of advertising campaigns and reduce advertising costs. Approaches that allow publishers to choose which ad image to show to a specific user on a web page to maximize CTR are in high demand due to the need to maximize revenue for publishers. Therefore, in most online advertising systems, the main responsibility of advertising placement is to predict CTR.

Decision tree models, deep learning models, factorization machine models, and multivariate statistical models are four modern models available for CTR prediction. Two of the most common multivariate statistical methods for predicting advertising CTR in the literature are logistic regression and second-degree polynomials. One method most commonly used to predict CTR based on multiple factors is logistic regression (LR). It can return a number between 0 and 1 that indicates the probability of a click, as well as a linear mixture of several attributes that represents the correlation between the qualities and the label. However, LR cannot account for interaction effects or non-linear correlations. In the literature, LR is often used as a benchmark to evaluate the performance of recommended CTR prediction models.

Researchers note that factorized parameters and factorization (MF) machines can help model estimation on sparse data to predict CTR. MFs and their extensions are often used to predict clicks in the advertising research literature. At the 2012 KDDCup competition, they demonstrated that MFs can accurately estimate feature interactions in predicting ad CTRs.

In 2015, an online learning strategy for CTR prediction using the Follow-TheRegularized-Leader (FTRL-proximal) algorithm in MF was presented. Although low-order models are easy to build, they do not do a very good job of predicting, especially in complex advertising systems. AUC shows that LSTM and RNN-based CTR prediction models outperform linear (e.g., LR and Naive Bayesian) and nonlinear (e.g., neural networks and random forests) models. However, since LSTMs are learned sequentially, they require more time and memory during the training phase.

Tree models are used in a wide range of computational advertising applications. Gradient Boosting Decision Tree (GBDT) and XGBoost are based on the Gradient Boosting Machine (GBM), which has shown great success in predicting CTR. For Facebook mass advertising, the authors propose a concatenation of GBDT and LR to predict CTR, where the output of GBDT serves as the input of LR. As a result, GBDT significantly improves the performance of LR due to autonomous feature selection.

Another approach to studying user satisfaction and dissatisfaction is using text analysis. For this, the method of latent semantic analysis (LSA) can be used, which allows you to extract hidden semantic connections of words and phrases from the corpus of documents.

In the process of data processing, redundant words are removed, related phrases are combined, and variables indicating user satisfaction and dissatisfaction are determined. The results of the study confirm the importance of certain elements, and also help to determine the offers or services that affect the satisfaction or dissatisfaction of users. Further, this knowledge is used to create phrases on creatives or quizzes, which increases the interest of users, which in turn increases the company's income. Because text analytics is open-ended, it can provide more accurate reports on the customer experience than conventional survey methods such as questionnaires or interviews. Analyzing big data on customer behavior and satisfaction is made much easier by applying LSA and text analytics.

The strategic value of Data Mining in advertising is emphasized, especially as it helps companies stay competitive in a fast-changing digital market, helping them predict future trends, make informed decisions, and so on. Data Mining ensures the adaptability of marketing efforts, improvement of sales forecasts and strengthening of relationships with customers, which as a result contributes to the prosperity and longevity of organizations.

UDC 330.567.2

DOI:10.5281/zenodo.11920934

K.V. Polevych, assist. (*SBTU, Kharkiv*)

CONSUMER BEHAVIOR MODELS: SUSTAINABLE EUROPEAN PRACTICES

Sustainable consumer behavior is a concept aimed at reducing the negative impact on the environment and society in the process of consuming goods and services. Consumer behavior patterns are becoming an increasingly important topic in the face of global environmental challenges and growing interest in sustainable development. The model includes a set of principles and actions aimed at minimizing negative impacts on the environment and society, as well as promoting ethical and responsible consumption practices.

The theory of models of sustainable consumer behavior correlates with the theory of sustainable development, therefore it includes three main components. Ecological consciousness. Involves consumers' awareness of the environmental consequences of their actions. Research shows that consumers with high levels of environmental consciousness are more likely to choose environmentally friendly products and services [1]. Consumers strive to minimize their environmental footprint by choosing products with low carbon emissions, minimal packaging and recyclability [2, 3]. Social responsibility. Consumers who are socially aware of their actions tend to choose products that contribute to better working conditions and social justice. Typically, brands and companies that demonstrate a commitment to social justice and inclusion are supported. Economic efficiency. It is assumed that the choice of goods and services is made considering their affordability and durability. Consumers strive for rational use of resources and avoid excess consumption. Sustainable consumers strive for optimal use of resources, minimizing waste and choosing products that last a long time and are of high quality. Variants of the model of sustainable consumer behavior differ according to the following criteria: product characteristics; environmental impact; impact on human health; cultural aspects and economic accessibility.

Model of consumption of environmentally friendly products that have minimal negative impact on the environment. With the emergence of the eco-friendly movement in the EU, this model has become widespread. It involves choosing certified products from producers who are responsible for the environment and biodiversity (these are products produced with a low carbon footprint; organic products) [4].

A pattern of food consumption that respects social norms and has a positive impact on society. Focuses on products that are produced without the use of forced child labor and comply with international conventions; products produced according to ethical standards. This includes products with a positive impact on the local economy [3]. Locally produced products; products produced in enterprises that create more jobs, as well as promote the economic and social inclusion of workers or respect for animal rights and regulations. Model of consumption of “healthy” foods with a certain nutrient composition. The object of consumer choice is food products that meet healthy nutrition standards, without toxic and dangerous ingredients; creating conditions for a favorable food environment. In general, the higher a consumer's awareness of environmental issues and their impacts, the more likely they are to make sustainable purchasing decisions. Personal values and beliefs have a significant influence on consumer behavior, including environmental and social responsibility priorities. Availability and transparency of information about a product and its eco-efficiency play an important role in shaping consumer preferences.

Conclusions. Sustainable consumer behavior is an important component of sustainable development. It requires awareness of the environmental, social and economic aspects of consumption, as well as a willingness to make informed and responsible decisions. The use of theories and models of consumer behavior helps to better understand the mechanisms of consumer choice formation, which allows us to develop effective strategies for promoting goods/services. Promoting sustainable consumer behavior requires both educational initiatives to raise public awareness and policy measures to encourage the development of sustainable production and consumption practices. It is important to note that the transition to sustainable consumption requires the joint efforts of all market participants: consumers, producers and government institutions.

References

- 1.Lim W.M. (2017) Inside the sustainable consumption theoretical toolbox: Critical concepts for sustainability, consumption, and marketing. *Journal of Business Research* .78, 69–80
- 2.Peattie, K. (2010). Green Consumption: Behavior and Norms. *Annual Review of Environment and Resources*, 35, 195-228.
- 3.Duarte R., Miranda-Buetas S., Sarasa C. (2021). Household consumption patterns and income inequality in EU countries: Scenario analysis for a fair transition towards low-carbon economies. *Energy Economics*. vol. 104
- 4.Савицька Н.Л., Афанасьєва О.П. Теоретико-методичні аспекти формування маркетингової політики підприємств на ринку м'яса та м'ясопродуктів. *Проблеми економіки*. 2015. № 2. С. 172–178.

UDC 330.3: 316.4

DOI:10.5281/zenodo.11921268

D.P. Reznik, PhD student (*SBTU, Kharkiv*)

FEATURES OF COMPETITIVE STRATEGIES OF ORGANIZATIONS IN THE DIGITAL ECONOMY

An organization's competitive strategy is a set of actions and decisions aimed at ensuring a sustainable competitive advantage in the market [1]. Competitive strategies according to M. Porter are classified into cost leadership, differentiation and focusing strategies [1].

Examples from companies such as IKEA and Apple demonstrate the importance of a clear strategic focus and the ability to adapt to changing market conditions. These companies successfully employ cost leadership and differentiation strategies, allowing them to maintain leadership positions in their industries.

The digital economy has a significant impact on companies' competitive strategies. In the digital age, businesses are forced to adapt to new conditions in order to remain competitive. The main changes affected innovation, ways to expand markets and adapt organizational behavior under the influence of the digital economy.

The digital economy stimulates innovation and the introduction of new technologies. Companies that quickly adapt and integrate modern digital solutions gain significant competitive advantages. The Internet and digital platforms make it easier to enter international markets. Small and medium-sized businesses can compete on a global level, which was previously only possible for large corporations. The focus has shifted towards improving customer experience. Strategies for interaction between customers and brands through various channels (online, offline, mobile applications) have become a priority in all areas of business [2, 3].

New business models have emerged due to the penetration of digitalization. The possibility of creating platforms and ecosystems has necessitated adaptation to new conditions of competitive relations. Many companies are aiming to create digital ecosystems that connect different products and services. This allows them not only to increase customer loyalty, but also to create additional sources of income. ICT has permeated business activities even more. In 2023, the ICT sector reached new heights, growing by an average of 7.6% in the OECD [4].

Competitive strategy is not static; it requires constant monitoring and adaptation in response to changes in the external and internal environment. In the digital economy, the ability to innovate, efficiently use resources and

constantly adapt to change become key elements of competitive strategy. Systems for monitoring and evaluating results allow you to make timely adjustments and improve strategic decisions.

The emergence of the digital economy has changed market power and barriers to entry for competitors. If in the traditional economy the regulator was the effect of scale and costs, product differentiation, then in the digital economy market power is formed due to the scale and diversification of available data [5].

In connection with this, the UN and the European Commission consider competition issues in the digital economy to be a priority. They are related to digital security and preventing monopolistic behavior of large digital players. Thus, according to the European Commission and the UN Trade and Development Council, “digital platforms that control consumer data are responsible for ensuring confidentiality and respecting personal rights to data protection and privacy” [5].

At the same time, the digital economy provides huge amounts of data that can be used to improve decision-making. Data analytics allows companies to better understand their customers and offer them personalized products and services. Thus, the development of a competitive strategy is a multifaceted process that requires an integrated approach and consideration of many factors. Successful companies use a mix of strategies and approaches to create and maintain sustainable competitive advantage.

References

1. Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
2. Shtal, T., Proskurnina, N., Savvytska, N., Mykhailova, M., Bubenets, I. (2023). Analysis of the Vectors of Digital Transformation of Retail Trade in Ukraine: Determination Methodology and Trends. *Economic Affairs, Vol. 68(Special Issue)*, pp. 939-945. DOI: 10.46852/0424-2513.2s.2023.42
3. Lanzolla, G., Pesce, D., Tucci, C.L. (2021). The digital transformation of search and recombination in the innovation function: Tensions and an integrative framework. *Journal of Product Innovation Management*, 38 (1), pp. 90-113.
4. OECD Digital Economy Outlook (2024) Vol.1: Embracing the Technology Frontier. URL: <https://www.oecd.org/publication/digital-economy-outlook/2024/>
5. Competition Issues in the Digital Economy. 2019. URL: https://unctad.org/system/files/non-official-document/ciclp18_PPTs_Digital_Economy_Unctad_.pdf

UDC 336.1(477:061.1EU):341.232.2 DOI:10.5281/zenodo.11921621

O.L. Totska, Dr. of Econ. Sciences, Prof. (*VNU L. Ukrainka, Lutsk*)
V.O. Onysiuk, main specialist of the department of operations with financial resources of the office of budget revenues and operations with financial resources (*Main Department of the State Treasury Service of Ukraine in the Volyn oblast, Lutsk*)

ECONOMIC SUPPORT PROGRAM OF UKRAINE FROM THE EUROPEAN UNION «UKRAINE FACILITY»

During the three years of the full-scale invasion of the Russian Federation on the territory of Ukraine, the expenditures of the State Budget of Ukraine (hereinafter – SBU) exceeded the revenues by two times. In 2024, the revenues of the SBU are set at the level of 1.7 trillion hryvnias, expenses at 3.3 trillion hryvnias. This means that, as in the two previous years of the war, Ukraine will be able to finance only half of the budget with its own funds. Ukraine hopes to get the rest from international partners. And they fundamentally do not finance war expenditures. Therefore, everything that Ukraine itself earns will go to defense [1].

On February 1, 2024, during a meeting of the European Council, all 27 leaders of the European Union (hereinafter – EU) reached a consensus regarding the adoption of a decision on the Ukraine Facility (hereinafter – UF) in the multi-year EU budget for 2024–2027 in the amount of 50 billion euros. On February 26, the European Parliament supported the decision on UF. On February 28, the Council of the European Union approved the launch of the UF Instrument with a total amount of 50 billion euros for 2024–2027 [2].

On March 18, the Cabinet of Ministers of Ukraine (hereinafter – CMU) approved the Plan for UF (hereinafter – the Plan), which will become the basis for the implementation of the program of financial support of Ukraine from the EU during 2024–2027. After approval by the CMU, the text of the Plan will be directed to the evaluation of the European Commission and approval by the committee of EU member states, after which the UF program will finally enter into force [3].

On May 22, the First Deputy Prime Minister - the Minister of Economy of Ukraine, Yuliia Svyrydenko, and the EU Commissioner for European Neighborhood Policy and Enlargement Negotiations, Oliver Varhelyi, signed the Framework Agreement (hereinafter - the Agreement) on EU funding within the framework of UF implementation. The Agreement defines the practical parameters of financial support within the framework of

the UF - it is an instruction according to which coordination, monitoring, reporting and much more will be carried out. For the most part, it reflects procedures that will be aimed at efficient, transparent and accountable use of financial resources, which is a necessary condition for further European integration. According to the Agreement, Ukraine undertakes to ensure a high level of transparency and control in the use of funds provided by the EU and the protection of its financial interests. This includes the introduction of a management and control system, regular reporting, compliance with EU sanction requirements, and the fight against corruption. The National Coordinator, namely the Ministry of Economy, will be the key body of interaction with the European Commission and will ensure effective management and monitoring of the use of funds provided by the EU.

The plan envisages the implementation of structural reforms in the public sector, the implementation of a number of economic reforms aimed at the development of the business climate and entrepreneurship, as well as steps for the development of priority sectors that can ensure rapid economic growth. The implementation of the Plan will contribute to the European integration of Ukraine and the further sustainable development of the economy [4].

The total amount of UF is 50 billion euros, 33 billion euros will be provided to Ukraine in the form of loans, 17 billion euros – in the form of grants. 38,2 billion euros will be directed to direct support of the SBU (soft loans and grants), 7,0 billion euros – to the investment fund (a special investment instrument to stimulate the attraction of investments in priority sectors), and 4,8 billion euros – to technical and administrative support (synchronization of legislation with the EU, structural reforms). UF will be implemented in partnership with EU member states, European financial institutions and other international financial organizations and in cooperation with the multi-agency coordination platform of donors.

UF is provided with a reliable audit and control system, a special independent audit commission will carefully check the use of funds.

Structure of the UF plan:

1. Support for the implementation of the Ukraine Plan:

- EU support for the implementation of the Ukraine Plan through grants and loans;
- support for reforms necessary for EU accession, recovery, reconstruction and modernization, as well as provision of urgent financial needs.

2. Investment policy in Ukraine:

– a risk reduction mechanism available to investors through international financial organizations to increase investment and attract new investors;

– support of the private sector in Ukraine.

3. Assistance programs:

– technical assistance to the Government of Ukraine (EU legislation, structural reforms);

– capacity building of authorities at the national, regional and local levels;

– support of civil society [5].

In the conditions of russian aggression, external financial support for Ukraine means survival, preservation of statehood and territorial integrity. The EU remains unwavering in its support for Ukraine and seeks to help confront the unprovoked and unjustified aggression of the russian federation and play an important role in the recovery, reconstruction and modernization of Ukraine. The reforms proposed by the Plan will help both to overcome the devastating consequences of the war and to eliminate the chronic problems of the Ukrainian economy:

– corruption;

– burdensome, unwieldy tax system;

– weak judicial system;

– insufficient protection of property rights.

References

1. About the State Budget of Ukraine for 2024: The Law of Ukraine dated November 9 2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3460-20#Text>

2. The Council of the EU approved the Ukraine Facility instrument in the amount of 50 billion euros for 2024–2027. URL: <https://eu-ua.kmu.gov.ua/news/rada-yes-zatverdyla-instrument-ukraine-facility-obsyagom-50-mlrd-yevro-na-2024-2027-roky/>

3. The Government approved the Plan for the implementation of the Ukraine Facility program. *Government portal*: The only web portal of executive authorities of Ukraine. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/uriad-zatverdyyv-plan-dlia-realizatsii-prohramy-ukraine-facility>

4. Ukraine and the EU concluded a Framework Agreement for financing within the Ukraine Facility. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3866676-ukraina-i-es-uklali-ramkovu-ugodu-dla-finansuvanna-v-mezah-ukraine-facility.html>

5. Plan for the implementation Ukraine Facility. URL: <https://www.ukrainefacility.me.gov.ua>

UDC 65.012:339.9

DOI:10.5281/zenodo.11921932

K.Yu. Velychko, PhD in economy, Associate Prof. (*SBTU, Kharkiv*)

A.S. Shahun, master's degree student, (*KNURE, Kharkiv*)

FEATURES OF INFORMATION SUPPORT OF INTERNATIONAL BUSINESS ENTERPRISES

Information support of enterprises that are subjects of international business has its specifics since it is already information management in the global context, where it is important to take into account cultural, technological, and regulatory differences between countries.

Considering scientific sources, the following characteristics of information support of international business enterprises can be identified (Figure 1):

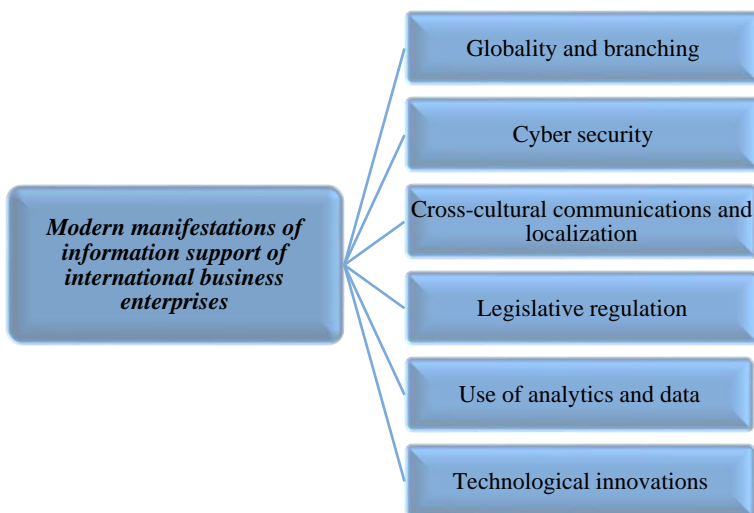


Figure 1. Modern manifestations of information support of international business enterprises (compiled based on [1], [2])

The first factor that determines the specificity of information support is the factor of globality and branching. In international business, enterprises carry out sufficiently extensive activities (spatial expansion of divisions, customers, suppliers, partners). In such conditions, information support must

comply with the principle of security, effective communication, and data exchange between all parties, taking into account the cultural and legal conditions of different countries. The next factor is cyber security. Today reality produces a new threat, which is precisely related to the technical manifestation of information security. Due to the growth of international business operations, the risk of cyber-attacks and data security breaches is also increasing. Therefore, the information support of international business enterprises should include effective cyber security strategies that can protect the confidential and personal information of customers from unauthorized access and cyber criminals.

Another feature is cross-cultural communication and localization. International business enterprises must adapt their information systems and communication approaches to different cultural contexts. This means ensuring the localization of information support, namely information resources (websites, software, documentation, specifics of the organization of work with information, considering the norms and values of the host countries). The next factor that characterizes the specifics of modern information support is legislative regulation. In the course of their activities, international business enterprises encounter national legal norms and regulatory mechanisms that operate in different countries and are often different. Therefore, information support must follow these requirements, most often this means compliance with legal norms regarding data processing and confidentiality.

Use of analytics and data. According to this component, the information support of international business enterprises should include effective data analysis tools that will allow obtaining valuable data from various sources. The specificity of information support as a technological component is taking into account the continuous development of the modern technological environment, therefore it is important to constantly improve own information support, which must be flexible and ready for the introduction of new technologies, such as virtual and augmented reality, artificial intelligence, blockchain, etc., which can improve the efficiency and security of business processes of international business enterprises.

References

1. Pisarevska G. Information support for the management of foreign economic activities of the enterprise. 2023. *Economy and society*, (51). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-31>
2. Didenko M.V. Information support for management of foreign economic activity based on innovative technologies. *Economic Bulletin of the University*. 2021. No. 37. P. 128–132.

UDK 658.8

DOI:10.5281/zenodo.11922378

Z.V. Yurynets, Dr. of Econ. Sciences, Prof. (*LNU of Lviv I. Franko, Lviv*)
A.O. Rezvanova, bachelor's degree student (*KNUTD, Kyiv*)

TOOLS FOR ANALYSING MARKETING STRATEGIES IN A COMPANY

All companies in the market depend on the analysis of marketing strategies [1, 2]. At LEVTEL TRADE LLC, the main focus is on marketing strategy. The following points should be highlighted here: marketing is closely related to sales. A company constantly analyzes competitors and compares weaknesses, strengths, opportunities and threats. A SWOT analysis at LEVTEL TRADE LLC is conducted periodically, including software products (Table 1, 2).

Table 1 - The result of the assessment of strengths and threats of the software products sold by LEVTEL TRADE LLC

S - Strengths	W - Weak
<ol style="list-style-type: none">1. Availability of customers in the trading business to whom you can sell CRM2. Availability of the product (we deploy in a short time and carry out the first setup) + integration3. Organic and paid advertising work well for attracting customers4. Partially, CPA clients come through word of mouth5. Cheap cost for stores with a large number of orders (the price depends only on the number of users)6. Integration gives a powerful advantage - auto-calls, predicates, chats, chatbot, integration with managers	<ol style="list-style-type: none">1. Focusing only on incoming leads, which are mostly small businesses. Accordingly, there is a strong dependence on how many leads we have, and we are still heavily dependent on call centre sales.2. Poor product knowledge of sales managers, it is necessary to prepare materials primarily for them (presentations, answers to frequently asked questions, differences from competitors).3. Lack of long-term contracts (for a year or more)4. The issue of data security and confidentiality is not well defined yet - any prolonged failure could significantly damage our reputation

<p>7. Regular releases for the release of new functionality</p> <p>8. Implementation experience and some security approaches can be considered for CRM.</p>	<p>5. All the needs of the main target audience at the moment - online stores - are not covered</p> <p>6. CRM awareness is still in question.</p>
---	---

As the analysis shows, the products began to be in great demand in the market after Russia's full-scale invasion of Ukraine. The company is now actively using these opportunities. By 2022, the company was a serious threat in the market, competing with Russian solutions. Of course, there are also threats, as any aggression or COVID causes market fluctuations, and the dollar peg affects customers' solvency.

Given these factors, it can be concluded that the success of LEVTEL TRADE LLC in developing marketing strategies and developing the company depends on the ability to adapt to changing market conditions, effectively use its strengths to minimise the impact of weaknesses and respond quickly to external opportunities and threats.

Table 2 - The result of the assessment of weaknesses and opportunities of the software products sold by LEVTEL TRADE LLC

O - Opportunities	T - Threats
<p>1. Ukrainian businesses need to replace Russian solutions (not everyone has given up yet), plus those looking for their first CRM are now considering mostly Ukrainian solutions (foreign ones do not have the necessary integrations)</p> <p>2. Social media and messengers are growing in popularity as channels of contact with customers, and requests should be processed</p>	<p>1. Highly competitive market for CRM systems, with Russian solutions still partially present (due to annual contracts or lack of alternatives - 1C)</p> <p>2. The reaction time of competitors to our changes is minimal (for example, the KeyCRM development cycle is a week)</p> <p>3. Competitors have more aggressive marketing, including active promotion through partners</p> <p>4. Limited demand and economic instability due to the war, in particular in the field of valuation services, are still pessimistic.</p>

not only manually but also through bots. 3. Businesses in most industries are launching fewer marketing campaigns, but are more actively monitoring their effectiveness. 4. Online shopping and manufacturing are recovering and expecting an increase in orders, with economic forecasts better than last year.	5. Prices are fixed in dollars, so the price may increase significantly if the NBU exchange rate changes 6. The focus is now mostly on CPAs (this is the niche that attracts clients) 7. High cost of acquisition and low customer lifetime 8. Promotions with significant discounts attract insolvent customers.
--	--

So, based on the analysis of Levtel Trade LLC, the company has great capabilities in terms of software products and the ability to quickly develop new features is their competitive advantage. Marketing strategy analysis and SWOT analysis are critical for understanding the market, making informed strategic decisions, managing risks, and maintaining competitive advantage [3, 4]. Marketing strategy analysis is the cornerstone of any successful marketing effort. Without it, companies would be essentially flying blind, making decisions based on guesswork rather than data and insights.

Information sources

1. Юринець З. В., Мельник Н. В. Основні аспекти формування маркетингової політики на підприємствах туристичної галузі України. Вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки. Херсон, 2014. Вип. 6. С. 137-141
2. Юринець З.В., Цвілій Ю.О. Стратегічне управління бізнесом в Україні під час війни. Стратегія розвитку України: фінансово-економічний та гуманітарний аспекти: матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції. Київ, Інтерсервіс, 2023. С. 473-475
3. Hey J. Practical approach to the omnichannel marketing strategy in the frame of promptitude level of omnichannel customers on the Greek market. Department of Applied Informatics University of Macedonia, Thessaloniki, 2015.
4. Rosokhata A., Rybina O., Derykolenko A., Makerska V. Improving the Classification of Digital Marketing Tools for the Industrial Goods Promotion in the Globalization Context. Research in World Economy. 2020. № 11 (4). P. 42–52

УДК 338.12-021.475

DOI:10.5281/zenodo.11922664

Т.В. Андросова, канд. екон. наук, проф. (ДБТУ, Харків)

О.А. Кулініч, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

ФОРМУВАННЯ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ: ПЕРЕВАГИ ТА НАСЛІДКИ

Актуальність даної теми обумовлена тим, що домінуюча досі в багатьох країнах лінійна модель економіки, яка базується на принципі "take, make, waste", будучи основою соціально-економічного розвитку з часів промислової революції, вичерпала себе. Причинами цього стали: наростаючий дефіцит сировинних та енергетичних ресурсів, волатильність цін на товарних ринках, посилення забруднення навколишнього середовища, включаючи масовані викиди парникових газів, підвищення температури та забруднення різними відходами морських акваторій, що загрожують незворотними кліматичними змінами, зростання площ, використовуваних як неорганізовані звалища. Ситуація, що склалася, підштовхує бізнес, політиків, наукову спільноту, простих громадян до переосмислення традиційної моделі економіки, на зміну якої дедалі більше поглядів науковців звертається в бік розвитку концепції циркулярної економіки, за принципом "take, make, reuse".

Під циркулярною економікою фахівцями розуміється економіка, якій властивий відновлювальний та замкнений характер. Для неї характерна мінімізація споживання первинної сировини та обсягів перероблених ресурсів, що супроводжується зниженням відходів, що спрямовуються на поховання, при одночасному скороченні площ, які займають відповідні полігони та неорганізовані звалища [1, с. 109].

У літературі виділяються три ключові особливості, властиві циркулярній економіці: по-перше, посилений контроль за запасами природних ресурсів та дотриманням сталого балансу відновлюваних ресурсів для збереження та підтримки на невичерпному рівні природного капіталу; по-друге, оптимізація процесів споживання шляхом розробки та розповсюдження продукції, комплектуючих та матеріалів, що відповідають найвищому рівню їх повторного використання; по-третє, виявлення та запобігання негативним зовнішнім ефектам поточної виробничої діяльності з метою підвищення ефективності економічної та екологічної систем.

“Перехід до циркулярної моделі – це величезна можливість трансформувати нашу економіку і зробити її більш стійкою, сприяти

досягненню кліматичних цілей, зберегти національні ресурси, створити нові робочі місця та конкурентні переваги» [2, с. 308].

Для розробки ефективної моделі переходу країни на циркулярну модель економіки необхідно знати основні особливості такої економічної системи.

На сьогодні існують певні розбіжності у засобах реалізації основних сучасних концепцій таких, як теорія стійкого розвитку, зелена економіка та економіка замкнутого циклу. Наприклад, теорія стійкого розвитку передбачає збалансованість економічної, соціальної та екологічної складових. Важливими рисами зеленої економіки є ефективне використання природного капіталу, його збереження та збільшення; неухильне зниження всіх видів негативного впливу, зокрема забруднень; запобігання втраті екосистемних послуг та біорізноманіття; інноваційний характер економічної динаміки, зростання доходів та зайнятості; кардинальне зниження бідності. У циркулярній економіці пріоритетним виступає менше споживання ресурсів із довілля, як і менше їх повернення у довілля як відходів. При цьому цілі сталого розвитку постійно адаптуються та змінюються, що свідчить про відкритість часових меж реалізації даної концепції, а для забезпечення ефективного впровадження конкретних проектів зеленої та циркулярної економіки необхідним є обмеження за часом.

Теоретико-методологічні підходи, що є основою циркулярної економіки, не є новими. Вони узагальнюють результати наукових досліджень у галузі промислової екології, еко-ефективності, екологічного дизайну та ін. (рис. 1)

Відповідно до зарубіжних досліджень циркулярної економіки можна виявити два важливі підходи:

– ресурсно-орієнтований, що має на увазі замкнутий потік матеріалів, енергії та відходів, що може бути досягнуто за рахунок повторного використання на рівні продукту (ремонт або відновлення), на рівні компонентів (повторне використання у виробництві) та на рівні матеріалу (рециркуляція);

– економіко-орієнтований, згідно з яким циркулярна економіка являє собою економічну систему, засновану на повторному використанні матеріалів та збереженні природних ресурсів, орієнтовану на створення цінностей людей та економіки кожної частини системи.

Об'єднує два дані підходи те, що циркулярна економіка має відновний і замкнутий характер, передбачає створення безперервного циклу розвитку, який зберігає природний капітал і збільшує його вартість, підвищуючи віддачу від ресурсів за рахунок оптимізації їх використання.

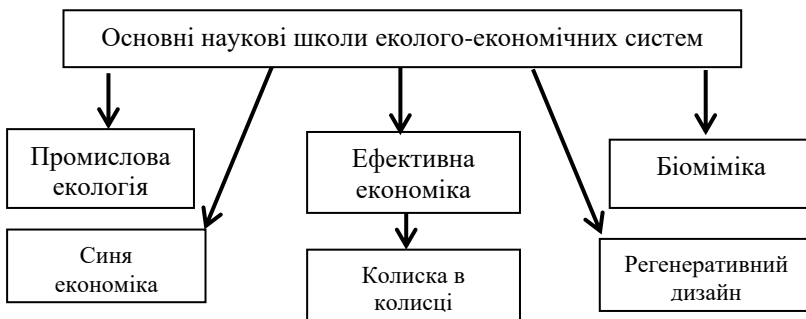


Рисунок 1 – Основні наукові школи, що вивчають розвиток еколого-економічних систем

Однак, циркулярна економіка має і негативні наслідки:

а) в соціальній сфері: лобювання з боку постачальників первинних ресурсів (через введення заборон на використання товарів із вторинної сировини на рівні з первинною сировиною); скорочення робочих місць на підприємствах, які видобувають первинні матеріальні ресурси;

б) в техно-екологічній: підвищення токсичності відходів при зменшенні їх обсягу за рахунок поглиблення переробки; збільшення площ для складування вторинних матеріальних ресурсів на підприємствах, які застосовують їх у процесі виробництва;

в) у виробничо-економічному секторі: у короткостроковому періоді незначно подорожчають первинні матеріальні ресурси (внаслідок їх вичерпання).

Інформаційні джерела

1. Кулініч О.А., Басманов С.Д. Циркулярна економіка як інноваційна сходинка розвитку світу. Сучасні тенденції розвитку економіки, фінансів та управління: нові можливості, проблеми, перспективи: Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнародною участю, 10 листопада 2021 р. м. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2021. С.108-111

2. Кулініч О.А., Жукова В.Е. Можливості розвитку підприємництва в циркулярній економіці. Економіка та підприємництво в умовах сучасних викликів: матеріали збірника II Всеукр. наук.-практ. конф. 01 лютого 2024 р. Житомир: Поліський національний університет, 2024. С. 303-308

УДК 330.3

DOI:10.5281/zenodo.11922806

О.В. Антонова, канд. екон. наук (ДБТУ, Харків)

ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИКИ ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙ ФІНЛЯНДІЇ

Інновації відіграють ключову роль у формуванні та розвитку підприємницької екосистеми, а ефективна підприємницька екосистема, у свою чергу, стимулює та підтримує інновації. Інновації надають підприємцям нові можливості для розвитку бізнесу, а ефективна підприємницька екосистема забезпечує необхідні ресурси, підтримку та середовище для успішного впровадження та комерціалізації інноваційних ідей.

Інновації є ключовим фактором для розвитку держави з багатьох причин. Підтримка інновацій державою є критично важливою з кількох причин, які впливають на економічний, соціальний та технологічний розвиток країни. Отже, державна підтримка інновацій має комплексний вплив на розвиток країни, сприяючи економічному зростанню, покращенню якості життя, технологічному прогресу та забезпеченню стійкого розвитку.

Політика підтримки інновацій Фінляндії включає широкий спектр заходів, спрямованих на стимулювання інноваційної діяльності, створення сприятливих умов для розвитку нових технологій та підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Вона ґрунтується на кількох ключових принципах, які сприяють розвитку інноваційної екосистеми та забезпечують конкурентоспроможність країни на міжнародному рівні:

- Фінляндія розглядає інновації як системне явище, де взаємодіють наука, технології, бізнес, освіта та уряд. Це забезпечує комплексну підтримку інновацій на всіх етапах їх розвитку – від ідеї до комерціалізації;

- високий рівень освіти і потужна науково-дослідницька база є ключовими елементами фінської інноваційної політики. Великий акцент робиться на STEM (наука, технології, інженерія та математика) освіту та інтеграцію досліджень у навчальний процес;

- Фінська політика підтримки інновацій сприяє активній взаємодії між державними інституціями, університетами та приватними компаніями. Це включає спільні дослідницькі проекти, фінансування стартапів та впровадження нових технологій;

- розвиток технопарків, інкубаторів, акселераторів та інших інноваційних хабів, які забезпечують стартапам і компаніям доступ до необхідних ресурсів, мереж та експертизи.

Інноваційна екосистема Фінляндії є однією з найрозвиненіших і найефективніших у світі. Вона характеризується високим рівнем співпраці між різними учасниками, підтримкою з боку держави, значними інвестиціями в науку та технології, а також акцентом на освіту та підприємництво:

1. Освітні та дослідницькі інститути. Відомі університети, такі як Університет Гельсінкі, Університет Аалто та Технологічний університет Лаппеенранта-Лахті, активно займаються дослідженнями та співпрацюють з промисловістю. Дослідницькі центри: VTT (Технічний дослідницький центр Фінляндії) є провідною дослідницькою установою, що займається передовими технологіями.

2. Фінансування інновацій. Державне агентство ТЕКЕС підтримує інноваційні проекти через гранти, субсидії та інші фінансові інструменти.

3. Венчурний капітал. У Фінляндії діє багато венчурних фондів, таких як Lifeline Ventures та Inventure, які інвестують у високотехнологічні стартапи.

4. Інкубатори та акселератори. Програми Aalto Start-Up Center та Magia 01, допомагають стартапам розвиватися, надаючи менторську підтримку, ресурси та доступ до мережі контактів.

5. Технопарки. Відомі технопарки, такі як Otaniemi в Еспоо, забезпечують інфраструктуру для інноваційних компаній.

Держава має чітку стратегію розвитку інновацій, що включає інвестиції в R&D, податкові пільги та інші стимули. Уряд створює сприятливі умови для інноваційної діяльності, зокрема через захист інтелектуальної власності та зменшення бюрократичних перешкод.

Фінляндія активно бере участь у програмах Європейського Союзу, таких як Horizon Europe, що сприяють міжнародній співпраці в галузі досліджень та інновацій. Фінські компанії та інститути співпрацюють з міжнародними партнерами, що забезпечує доступ до глобальних ринків та нових технологій. У Фінляндії існує культура, яка заохочує підприємництво, інноваційне мислення та ризик.

Фінляндія, завдяки своїй розвиненій інноваційній екосистемі, продовжує залишатися одним з лідерів у галузі високих технологій та інновацій. Синергія між університетами, бізнесом, державними установами та фінансовими організаціями створює сприятливе середовище для появи та розвитку нових ідей та технологій.

УДК 338.48

DOI:10.5281/zenodo.11922914

О.П. Афанасьєва, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

А.Р. Кулакевич, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)

ПРОСУВАННЯ ТУРОПЕРАТОРА CORAL TRAVEL В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

На сьогодні, практично всі передові туристичні оператори України використовують соціальні медіа у своїй маркетинговій діяльності. Соціальні мережі відіграють вирішальну роль у просуванні туристичних послуг. Їх використання дає низку переваг, завдяки яким туристичні фірми можуть: збільшити охоплення широкої аудиторії потенційних клієнтів з усього світу, підвищити впізнаваність бренду серед цільової аудиторії, налагодити пряму комунікацію з клієнтами, що дозволяє відповідати на їхні запитання, розв'язувати проблеми та отримувати відгуки, збільшити продажі, аналізуючи поведінку та вподобання цільової аудиторії, що дозволяє краще розуміти їхні потреби та пропонувати їм більш релевантні послуги. Крім того, просування у соціальних мережах може бути дуже бюджетним, особливо порівняно з традиційними методами маркетингу.

Для туристичних компаній України найбільш привабливими для просування є соціальні мережі Instagram та Facebook.

Instagram як комунікаційний канал і канал продажу застосовується для молоді, оскільки глобальна цільова аудиторія мережі на 67% складається з людей віком від 18–34 років, активними користувачами виступають жінки, які становлять 55% аудиторії. [1]

Facebook залишається пріоритетним каналом для просування туристичних компаній, адже має понад 20 мільйонів активних користувачів в Україні, що дає можливість охопити широку аудиторію потенційних клієнтів, що мають дохід вище середнього та цікавляться подорожами.

Компанія Coral Travel належить великій міжнародній структурі OTI Holding. Працює на ринку України вже 16 років, а на міжнародному туристичному ринку 25 років в таких країнах: Україна, Білорусь, Грузія, Німеччина, Польща, Туреччина. Компанія здійснює програми авіаперевезень на чартерній і регулярній основі з великих міст України. Офіси компанії Coral Travel функціонують в столиці країни Києві, а також в Запоріжжі, Львові, Одесі та Харкові. Coral Travel пропонує українцям кращі курорти та готелі у 29 країнах світу, найбільш популярними серед яких є Туреччина, Єгипет, Греція та Іспанія. [2]

За допомогою хорошої SMM-стратегії, сторінка туроператора у мережі Instagram (@coraltravelukraine) на сьогодні має 125 тис. підписників. [3]

На рисунку 1. показано кількість читачів сторінок деяких українських туристичних операторів та агенцій у Facebook та Instagram. Як бачимо, туристичний оператор Coral Travel займає передову позицію по взаємодії із клієнтами у соціальних мережах Instagram і Facebook серед своїх конкурентів.

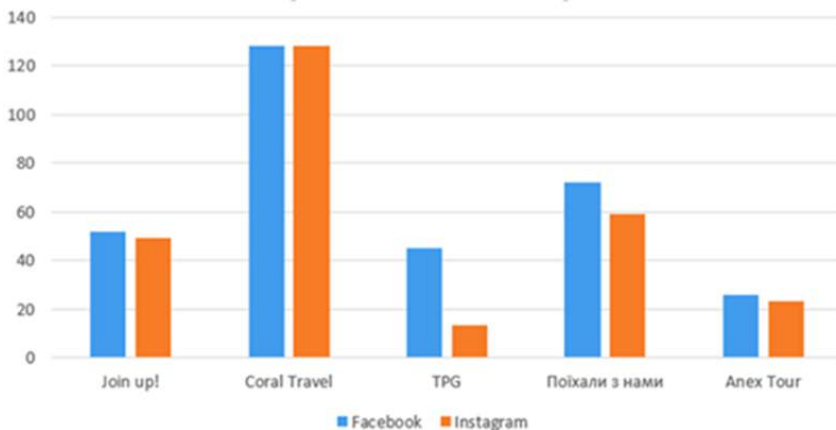


Рисунок 1 - Кількість читачів сторінок українських туристичних підприємств, тис. чол.

Провівши детальний аналіз публікацій, активності на сторінці, можна простежити зміну SMM-стратегії підприємства та визначити основні пункти та принципи, якими керувалися фахівці при створенні контенту:

а) збільшення кількості публікацій. Через блокування та обмеження на поїздки у туристів зросла тяга до збереження соціальних зв'язків. В результаті використання соціальних мереж значно зросло. З березня 2020 року частота виходу контенту зросла майже вдвічі;

б) тон комунікації залишається позитивним (якими б неприємними не були новини чи події). Окрім інформаційних новин щодо COVID-19 та війни в Україні, у меседжах бренду постійно транслюється позитивна інформація, яка дарує надію, тепло та впевненість, що "залишаючись сьогодні вдома, ми зможемо подорожувати завтра";

в) поява контенту не пов'язаного з туризмом. Збільшилась кількість дописів із такими заголовками: «А до чого у вас дійшли руки на карантині?», «Три смачні рецепти кави», «Що робить вас щасливими» та «Як оригінально прикрасити пасочку?» та ін. Незвично бачити такі публікації на сторінці туристичного оператора. Та під час карантину люди відчували, що компанія піклується про них, не забуває та публікує корисні поради. Але найголовніше, що у кожному такому «нейтральному» пості згадуються туристичні дестинації, так чи інакше пов'язані зі змістом тексту. Підсвідомо турист уявляє себе у Стамбулі за філіжанкою ароматної кави;

г) рубрика «Кінотуризм» та «Топ рекомендації від читачів Coral Travel Ukraine». Компанія активно використовувала факт, що використання соціальних мереж у період карантину стрімко зросло. Люди набагато більше часу проводили за переглядами фільмів, відео чи просто перегляд стрічки в Instagram. Тому активно проводили інтерактиви в сториз, де спілкувалися з підписниками, готували підбірки фільмів, знаті в різних куточках світу, читачі відгадували столиці країн, чи видатні пам'ятки за фото;

д) більше відео- та розважального контенту Люди надихаються, переглядаючи цікаві відео, відчувають та переносяться в будь-яку точку планети. Саме відео визнано найбільш ефективним маркетинговим інструментом у наш час, тому компанія публікує багато рилз, постів та сториз, у тому числі з розважальною тематикою.

Таким чином, основна маркетингова стратегія у соціальних медіа туристичного оператора Coral Travel – це бути ближчим до кожного туриста, персональний підхід, та формування відносин із потенційними клієнтами й надання впевненості їм, що туроператор завжди поруч і готовий допомогти у будь-який час.

Інформаційні джерела

1. Савицька Н.Л., Полевич К.В. Підприємницький маркетинг у соціальній мережі Instagram. *Бізнес Інформ*. 2016. № 11. С. 419–424. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2016-11_0-pages-419_424.pdf

2. Офіційний сайт Coral Travel URL: <https://www.coraltravel.ua/main/ukraine/>

3. Офіційна Instagram сторінка туроператора Coral Travel Україна URL: <https://www.instagram.com/coraltravelukraine/>

УДК 338.43:339.137.2(4-67)

DOI:10.5281/zenodo.11923231

В.О. Бабика, здоб. ступ. PhD (ДБТУ, Харків)

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРОВИРОБНИКІВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

У сучасних умовах євроінтеграції аграрний сектор в Україні відіграє ключову роль у стабілізації економіки та розвитку суспільства. Забезпечення конкурентоспроможності агровиробників стає стратегічним завданням, що вимагає комплексного підходу та ефективних заходів. Аграрний сектор України має значний потенціал у виробництві, який перевищує внутрішні потреби, відіграє ключову роль у розвитку національної економіки та інтеграції країни в Європейський Союз та світовий економічний простір. Підвищення доходів сільського населення, яке становить понад третину від загальної чисельності населення країни та активно залучене в аграрний сектор, призведе до зростання попиту на різноманітні товари та послуги. Це, в свою чергу, стимулюватиме розвиток інших секторів економіки, сприяючи загальному економічному зростанню та створенню нових робочих місць [1, с.41]. Отже, національним сільгоспвиробникам необхідно зосередити свою увагу на покращенні управління конкурентоспроможністю продукції для формування конкурентних переваг не лише на внутрішньому, а й на європейському та інших зовнішніх ринках.

Сільське господарство має вирішальне значення для кожної країни, оскільки забезпечує продовольчу безпеку, сприяє створенню робочих місць і стимулює розвиток сільських регіонів. Для України ж аграрний сектор відіграє особливо важливу роль, оскільки його значення виходить далеко за межі задоволення базових потреб. Цей сектор є основним драйвером економічного зростання, забезпечуючи суттєві надходження від експорту, сприяючи стабілізації національної економіки та зміцненню міжнародних зв'язків. Отже, перехід до нових моделей сільського господарства слід здійснювати з особливою увагою та ретельністю, щоб не лише зберегти досягнення аграрного сектору, а й примножити їх, забезпечуючи стійке і ефективне виробництво продовольства.

З метою підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції слід ретельно розглянути різні групи продукції з точки зору їх потенціалу на ринку Європейського Союзу. На сьогодні продукція рослинництва, зокрема зернові культури та

продукти їх переробки, демонструють високий рівень конкурентоспроможності для реалізації експортного потенціалу. До таких продуктів належать продовольча та фуражна пшениця, кукурудза, ріпак, соя і продукти її переробки, насіння соняшнику та соняшникова олія. Перспективним напрямком для досягнення необхідного рівня конкурентоспроможності є виробництво м'яса птиці, яєць, молока та молочних продуктів, свинини, овочів, меду та картоплі. Водночас, виробництво яловичини, цукру, морепродуктів та льону має обмежені перспективи для досягнення високого рівня конкурентоспроможності[2]. Для успішного виходу та функціонування на ринку ЄС необхідно враховувати стандарти якості, екологічні вимоги та інші регуляторні норми, які можуть стати додатковими факторами підвищення конкурентоспроможності української сільськогосподарської продукції.

Розвиток аграрного сектору країни зіштовхується з численними викликами та обмеженнями. На сьогоднішній день, війна стала найбільшим викликом для розвитку сільського господарства. Однією з ключових проблем є скорочення посівних площ, під впливом воєнних подій, що призвело до зменшення виробництва сільськогосподарської продукції загалом. Великі території сільськогосподарських угідь забруднені мінами та боєприпасами, що робить їх непридатними для обробки. Крім того, серйозним фактором є пошкодження інфраструктури внаслідок бойових дій. Блокада Чорноморських портів та окупація Криму, призвела до втрати можливості експорту значної частини вирощеної продукції. Відбулось ускладнення транспортування сільськогосподарської продукції як в межах України, так і за її межами. Крім того, зростання цін на дизельне паливо, добрива та інші необхідні ресурси для сільського господарства, спричинили зниження прибутковості українських фермерів та агрокомпаній, створюючи потенційну загрозу продовольчої безпеки країни[1, с.39].

Для подолання цих проблем та забезпечення конкурентоспроможності агровиробників в умовах євроінтеграції пропонуються наступні стратегічні напрями розвитку[2,3].

Залучення інвестицій та впровадження сучасних технологій є необхідною умовою для підвищення конкурентоспроможності агровиробників в умовах євроінтеграції. Комплексний підхід, що включає розвиток науково-дослідної бази, цифровізацію агробізнесу та підготовку кваліфікованих кадрів, забезпечить модернізацію аграрного сектору та підвищенню його ефективності.

Розвиток інфраструктури та логістичних систем включає, модернізацію транспортної мережі, створення сучасних логістичних

центрів, впровадження новітніх технологій та покращення логістичного менеджменту, що в свою чергу сприятиме забезпеченню стабільного та ефективного постачання сільськогосподарської продукції на внутрішні та зовнішні ринки.

Підтримка агропромислового комплексу через вдосконалення законодавства та боротьбу з корупцією. Вдосконалення законодавства, прозорість державних процедур, залучення інвестицій та підвищення ефективності державного управління сприятимуть стабільному розвитку аграрного сектору, забезпечуючи його конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

Розвиток екологічної свідомості та сталого виробництва є невід'ємною частиною модернізації агропромислового комплексу в умовах євроінтеграції. Впровадження екологічних стандартів, раціональне використання природних ресурсів, зменшення впливу на довкілля та підвищення екологічної свідомості сприятимуть забезпеченню сталого розвитку аграрного сектору України. Це дозволить не лише зберегти природні ресурси для майбутніх поколінь, але й відповідати високим європейським стандартам та підвищити конкурентоспроможність української сільськогосподарської продукції на міжнародному ринку.

Забезпечення конкурентоспроможності агровиробників в умовах євроінтеграції є складним, але досяжним завданням. Для цього необхідно прийняти комплексний підхід та реалізувати стратегії, спрямовані на модернізацію галузі, підвищення продуктивності та забезпечення сталого розвитку. Тільки за таких умов Україна зможе зайняти гідне місце на світовому аграрному ринку і забезпечити процвітання сільськогосподарського сектору.

Інформаційні джерела

1. Петренко К. В., Золотоверх Л. В. Трансформація економічного розвитку агросектору України в умовах інтеграції до ЄС. Економічний вісник НТУУ "Київський політехнічний інститут", 28, 2024, С. 38–45. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.28.2024.302777>

2. Гринько Т., Гвініашвілі Т., Гамерська І. Управління конкурентоспроможністю сільськогосподарської продукції в умовах європейської інтеграції України. Економіка та суспільство, 56, 2023. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-64>

3. Pylypenko, A.A., Savytska, N.L., Vaksman, R.V., Uhodnikova, O.I., Schevchenko, V.S. (2019) Methodical maintenance of management of logistic activity of the trade enterprise: Economic and legal support. Journal of Advanced Research in Law and Economics, 10(6), 1723–1731. URL: <https://journals.aserspublishing.eu/jarle/article/view/4943>.

УДК 330.322.54

DOI:10.5281/zenodo.11926049

А.В. Базилюк, д-р. екон. наук, проф. (HTУ, Київ)

Д.В. Атаманчук, здоб. ступ. PhD (HTУ, Київ)

РОЛЬ ІНВЕСТИЦІЙ З КРАЇН ЄВРОСОЮЗУ В ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Слід розпочати з того, що в сьогоденні інвестиції з країн Євросоюзу в українські підприємства відіграють ключову роль у зміцненні економічних зв'язків між Україною та країнами Європейського союзу.

Цей процес передбачає не лише переливання фінансових ресурсів, а й обмін технологічними знаннями та найкращими практиками управління, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності українських компаній на міжнародному ринку.

Більш того, вони є каталізатором розвитку нових галузей української економіки та стимулюють модернізацію вже існуючих секторів. Це допомагає створювати нові робочі місця, збільшувати виробничі потужності та підвищувати рівень життя населення через збільшення обсягів виробництва та розширення асортименту продукції та послуг.

Крім того, інвестиції з країн Євросоюзу в українські підприємства сприяють створенню сприятливого інвестиційного клімату в Україні, що є важливим чинником для залучення додаткових інвестицій та розвитку бізнесу в цілому.

У сучасному глобальному економічному середовищі інвестиції з країн Євросоюзу для України стають не лише джерелом фінансових ресурсів, але й важливим каналом для передачі технологій, найкращих практик управління та інновацій. Це дозволяє українським підприємствам не лише підвищувати ефективність виробництва, але й адаптуватися до вимог сучасного ринкового середовища та конкурувати на міжнародному рівні.

Умови нестабільності на світовому ринку та геополітичні виклики, з якими стикається Україна, роблять актуальними питання привабливості для іноземних інвесторів. Інвестиції з країн Євросоюзу можуть забезпечити стабільність та розвиток української економіки,

зробивши її менш залежною від зовнішніх факторів та впливу політичних конфліктів.

Дослідження ролі інвестицій з країн Євросоюзу в діяльності українських підприємств дозволить уточнити стратегії співпраці, визначити найбільш перспективні сектори економіки для інвестування та розробити ефективні механізми стимулювання інвестиційного процесу.

Для досягнення мети дослідження, перш за все, необхідно ретельно проаналізувати історичні аспекти співпраці між Україною та країнами Євросоюзу в галузі інвестицій. Дані моделі співпраці свої переваги та недоліки, які потребують уважного аналізу.

Переваги включають доступ до значних фінансових ресурсів, що дозволяє підприємствам розвиватися та розширювати свою діяльність. Також інвестиції можуть супроводжуватися технологічним обміном, що дозволяє українським підприємствам отримати доступ до передових технологій та найкращих практик управління. Наприклад, мова може йти про розширення мережі логістичних центрів та підвищення якості логістичних послуг, що сприяє підвищенню ефективності виробництва та зменшенню витрат для українських підприємств.

Із іншого боку, інвестиції можуть мати й свої недоліки. Політичні ризики, такі як зміни у законодавстві або політичному курсі країн ЄС, можуть призвести до нестабільності та негативно вплинути на інвестиційний клімат в Україні. Валютний ризик також потенційно негативно впливає на інвестиції, оскільки коливання валютних курсів можуть змінити вартість інвестицій та прибутковість проектів.

Тож, прийняття рішення про залучення інвестицій з країн Європейського союзу потребує уважного аналізу переваг та недоліків, а також розробки стратегій для максимізації переваг і мінімізації ризиків для українських підприємств.

Додатково, можливості розширення співпраці полягають у привабленні інвестицій у сферу альтернативних джерел енергії, зокрема, у відновлювані джерела енергії, які мають великий потенціал в Україні. Наприклад, спільні проекти з будівництва вітрових ферм або сонячних електростанцій можуть прискорити розвиток зеленої енергетики в країні та зменшити залежність від імпорту енергоресурсів.

Привертання інвестицій з країн Євросоюзу для українських підприємств є ключовим завданням, що вимагає комплексного підходу та застосування різноманітних стратегій.

Однією з ключових стратегій є вдосконалення законодавчого та регуляторного середовища. Законодавчі та регуляторні заходи мають створити сприятливі умови для інвестування, включаючи спрощення процедур отримання дозволів, забезпечення правової захищеності інвесторів та зменшення бюрократичних бар'єрів.

Другою важливою стратегією є проведення ефективної промоції та маркетингу для привертання уваги потенційних інвесторів з країн ЄС. Це включає в себе активне ведення маркетингових кампаній, участь у міжнародних виставках та конференціях, а також залучення інвестиційних агентів та консультантів для просування українських проектів серед іноземних інвесторів.

Третя стратегія полягає в розвитку інфраструктури для забезпечення комфортних умов для інвестиційної діяльності. Це включає в себе модернізацію транспортної, енергетичної та комунікаційної інфраструктури, а також покращення доступу до фінансових послуг та розвиток освітніх програм з метою підготовки кваліфікованого персоналу.

Загалом, успішне привертання інвестицій з країн Євросоюзу для українських підприємств потребує комплексного підходу, включаючи покращення законодавства, ефективну маркетингову стратегію та розвиток інфраструктури, що сприятиме сталому зростанню та розвитку української економіки.

У висновку можна зазначити, що перспективи співпраці між Україною та країнами Євросоюзу в інвестиційній сфері виглядають обіцяюче. За останні роки спостерігається збільшення інвестицій з ЄС в український аграрний сектор, зокрема, в сільське господарство та продовольчу промисловість. Це відображається у розширенні земельних площ та впровадженні сучасних технологій вирощування сільськогосподарської продукції.

Прогнозовані результати співпраці також можуть бути ілюстровані прикладами конкретних проектів, які вже успішно реалізовані за участю європейських інвесторів. Такі результати вказують на потенціал подальшого розвитку співпраці між Україною та країнами ЄС в інвестиційній сфері.

УДК 330.322 (427)

DOI:10.5281/zenodo.11924319

Р.С. Білоусько, здоб. ступ. PhD (ДБТУ, Харків)

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Аграрний сектор України в останні роки виконує надважливу роль драйверу економіки країни. Завдяки відродженню та підтримці високоінтенсивного аграрного виробництва забезпечуються продовольча безпека, експортний потенціал та валютні надходження. Серйозною, а в деяких регіонах й непереборною перешкодою став військовий конфлікт, що загальмував зростання галузі. Але, незважаючи на всі складнощі, саме аграрний сектор забезпечив в 2023 р. надходження від експорту продукції 21,9 млрд дол. США. В порівнянні із 2022р. він зменшився що на 8 %, що обумовлено зниженням світових цін на продукцію насамперед, рослинництва.

При цьому, у 2023 р. питома вага продукції аграрного сектору (м'ясо та їстівні субпродукти, молоко та молочні продукти, яйця птиці, мед, зернові та олійні культури, овочі, плоди та горіхи) складала 36,2%. Частка цієї продукції в довоєнному 2021 р. складала 24,8% у структурі загального експорту [1].

Таким чином, ми можемо зазначити, що попри всі перешкоди, аграрні підприємства намагаються максимально задіяти виробничий потенціал у вкрай складних умовах.

Однією з проблем розвитку аграрних підприємств є нестача матеріально – технічних ресурсів. Особливо ця проблема загострюється при намаганні фермерів запроваджувати інноваційні технології, які потребують новітню техніку, обладнання, засоби захисту рослин та тварин, добрива, корми та інші ресурси відповідні до визначених технологій.

Сільське господарство залишається однією з найбільших галузей народного господарства, що обумовлено великим земельним банком родючих земель та наявністю висококваліфікованих працівників аграрного сектору.

Потрібно відмітити, що у 2022 р. кількість збиткових сільськогосподарських підприємств збільшилася у порівнянні із довоєнним 2021 р. Так, якщо питома вага аграрних підприємств, які зазнали збитки за результатами господарського року складала у 2021 р 11,0%, то у 2022 р. їх питома вага збільшилася до 21,0% від загальної

кількості підприємств. Зменшилася й рівень рентабельності операційної діяльності – до 14,1% у 2022 р. [2].

Спроможність аграрного сектору протистояти кризовим умовам попри військовий конфлікт привертає увагу інвесторів.

Дослідження, проведені Європейською Бізнес Асоціацією свідчать, що попри те, що інтегральний показник Індексу інвестиційної привабливості України знизився у 2023 р. у порівнянні із показником другої половини 2022 р. на 0,04 бали - до 2,44 балів, інвестиційний клімат в Україні залишається сприятливим, про що свідчить зростання вдвічі (з 2022р.) кількості топ-менеджерів провідних компаній, які вважають, що нові інвестиції в Україну будуть вигідними [3]

Прямі іноземні інвестиції в Україну в 2023 р. склали 4,25 млрд дол США, що на 36,5% менше ніж у довоєнному 2021 р., але в 3,7 рази більше, ніж у 2022 р. [4]. Цьому збільшенню сприяли заходи, прийняті Міністерством економіки України, а саме - механізми підтримки та державного стимулювання інвестицій, страхування воєнно – політичних ризиків та доступ до фінансування інвестиційних проєктів.

Визначаючи стратегію повоєнного відновлення та розвитку України і формуючи адекватну сучасному економічному стану державну політику, у тому числі й інвестиційну, треба враховувати, що важливим є не тільки нарощування інвестиційних ресурсів, а й напрями їх використання. Тобто, пріоритетного значення набуває проблема орієнтації інвестиційного процесу на реалізацію домінуючих факторів економічного зростання, одним з яких є саме агробізнес України, успішний розвиток якого дозволить забезпечувати продовольчу безпеку країни, збільшувати експортні надходження та сприяти підвищенню конкурентоспроможності національної економіки на міжнародних ринках.

Інформаційні джерела

1. Товарна структура зовнішньої торгівлі України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

2. Статистичний збірник «Сільське господарство України». URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Індекс інвестиційної привабливості України 2023. URL: <https://investure.com.ua/uk/analytics/investments/indeks-investicijnoi-privablivosti-ukrayini-2023>

4. Прямі іноземні інвестиції (ПІІ) в Україну. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/>

УДК 336.76:330

DOI:10.5281/zenodo.11924961

О.П. Близнюк, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

М.О. Іванюта, здоб. ступ. PhD (ДБТУ, Харків)

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ З ВИКОРИСТАННЯМ ДІДЖИТАЛ-ТЕХНОЛОГІЙ

Сучасний світ характеризується активним розвитком та впровадженням в усі сфери соціально-економічного життя інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій, постійним зростанням питомої ваги користувачів мережі Інтернет та значним розповсюдженням процесів діджиталізації.

Ринок фінансових технологій розвивається у нерозривному зв'язку з процесами діджиталізації та потребує постійного удосконалення інноваційних технологій. Відбувається еволюція фінансових продуктів з постійною заміною неактуальних пропозицій інноваційними рішеннями, що характеризуються високим попитом серед усіх учасників фінансового ринку.

Майбутня траєкторія розвитку фінансово-кредитного сектора економіки, зокрема, фінансового ринку України має будуватися на основі активного використання всіма суб'єктами ринку та фінансовими інституціями сучасних цифрових технологій, враховуючи інституційні та сегментарні аспекти діджиталізації. Ринки капіталу включають фондовий ринок, ринок деривативних фінансових інструментів та грошовий ринок [1].

Стратегія розвитку фінансового ринку України визначає пріоритети реформування в розрізі п'яти стратегічних напрямів: фінансова стабільність, макроекономічний розвиток, фінансова інклюзія, розвиток фінансових ринків та інноваційний розвиток. Кожен напрямок має свої стратегічні цілі та індикатори виконання.

Розвиток фінансових ринків на основі використання діджитал-технологій спрямовано на удосконалення інфраструктури ринків капіталу, розрахункової та клірингової інфраструктури ринків капіталу та організованих товарних ринків, забезпечення їх модернізації, консолідації і розвитку біржової та депозитарної інфраструктури; забезпечення розвитку інституту посередників небанківського фінансового сектору, забезпечення розвитку інституту рейтингових агентств; створення ліквідних ринків фінансових інструментів та механізмів зниження ризиків здійснення фінансових операцій, впровадження нових та розвиток наявних фінансових інструментів;

запровадження інституту та розвиток ринку сек'юритизації активів; інтеграцію фінансового ринку України в світовий та європейський фінансовий простір, розширення міжнародної співпраці, гармонізацію законодавства України та ЄС [2].

Діджиталізація інвестиційних та бізнес-процесів сприяє розширенню інформаційного простору, створюючи нові інформаційні продукти, впливає на зниження інформаційних витрат. Це істотно прискорює і спрощує пошук інформації, взаємообмін нею, сприяє посиленню співпраці між учасниками ринків капіталу. Глобалізація економічних процесів є найбільш фундаментальною ознакою розвитку нового типу суспільства в епоху становлення процесів інформатизації та діджиталізації.

Розвиток та удосконалення фінансово-інвестиційної діяльності суб'єктів підприємництва завдяки діджиталізації фінансового ринку реалізується через механізми розвитку його відкритої архітектури та оверсайту; адаптацію положень вітчизняного законодавства з питань платіжних послуг до вимог актів ЄС; стимулювання розвитку нових цифрових інтернет-технологій для здійснення платежів та переказів коштів.

Пріоритетними напрямками удосконалення діяльності фінансового ринку України на сучасному етапі є забезпечення розвитку ринку FinTech, цифрових технологій, платформ регуляторів, комп'ютерного проектування, аналізу big data, blockchain, автоматизації, роботизації і використання штучного інтелекту. Вивчення можливості випуску цифрової валюти центрального банку; посилення кібербезпеки, стимулювання впровадження інноваційних технологій, запровадження інноваційних інструментів обміну даними між НБУ, іншими державними установами та учасниками фінансового ринку [3].

Фінансові технології (Fintech) застосовуються компаніями для оптимізації управління відповідними бізнес-процесами завдяки застосуванню спеціалізованого програмного забезпечення, додатків, процесів тощо. Серед сучасних прикладів необхідно виокремити цифрові банки, електронні гаманці, блокчейн-технології та ін. Fintech трансформує ландшафт фінансових послуг завдяки використанню інструментів бюджетування в глобальній мережі, оперативному моніторингу витрат, активному використанню автоматизованих чатів в процесі обслуговування клієнтів.

В цьому контексті держава, як регулятор, має враховувати, що для діджиталізації притаманні не тільки переваги, але й суттєві ризики. Ключовими принципами та стратегічними цілями створення фінтех-

екосистеми в Україні є розвиток кібербезпеки та діджитал-інструментарію, штучного інтелекту та біометрики, віртуальних активів та блокчейну, що підвищить ефективність функціонування фінансових інституцій завдяки діджиталізації індустрії.

Для сучасного фінансового та фондового ринків України характерними є інституційно-сегментарні дисбаланси, що впливають на процеси діджиталізації. Тенденції розвитку фінансово-кредитного сектору та ринку капіталів свідчать, що саме цифрові технології можуть стати потужним каталізатором для їх активної трансформації на інноваційній основі.

Варто підкреслити той факт, що лідером діджиталізації на рівні фінансових інституцій в Україні поки що є банки. Така ситуація є цілком природньою, зважаючи на місце банківських установ на вітчизняному фінансовому ринку з врахуванням тих інвестицій, які необхідно здійснити в розвиток цифрових технологій.

Створювана в Україні сучасна фінтех-екосистема має бути конкурентною та цілісною, інвестиційно привабливою та прибутковою; технологічно та юридично захищеною, відкритою і доступною; мати передові та виважені інструменти регулювання; забезпечувати синергію та надавати рівні можливості всім стейкхолдерам; бути потужною та інноваційною, безпечною та інтегрованою в глобальну екосистему [3].

Вплив новітніх технологій на сучасний фінансовий ринок сьогодні дуже складно переоцінити. Фінтех-індустрія бурхливо та невинно розвивається, проникає в усі сфери фінансової діяльності та демонструє клієнтам нові й зручні фінансові сервіси та інструменти.

Завдяки цьому сучасний споживач кардинально змінює своє ставлення до фінансових послуг. Він прагне дистанційності, легкості та безпеки в управлінні власними фінансами. У цій синергії народжується майбутнє фінансового сектору – і світового, і українського. І це майбутнє нерозривно пов'язане з фінтехом.

Інформаційні джерела

1. Про ринки капіталу та організовані товарні ринки. Закон України від 23.02.2006 р. № 3480-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3480-15#Text>

2. Стратегія розвитку фінансового сектору України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/strategiya-rozvitku-finansovogo-sektoru-ukrayini>

3. Стратегія розвитку фінтеху в Україні до 2025 року. URL: <https://bank.gov.ua/ua/about/develop-strategy/fintech2025>

4. Майбутнє фінансового сектору в післявоєнній Україні. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/01/5/695722/>

УДК 658:330.341.1:004.77

DOI:10.5281/zenodo.11925290

Р.М. Бугріменко, д-р екон. наук, проф. (ДБТУ, Харків)

П.В. Смірнова, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ЕКОСИСТЕМ НА ІННОВАЦІЙНІСТЬ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

В сучасному світі цифрові екосистеми стали невід'ємною частиною бізнес-середовища, трансформуючи підходи до ведення бізнесу та створюючи нові можливості для інновацій.

Цифрові технології розвиваються з надзвичайною швидкістю, інтегруючи нові рішення та інструменти в бізнес-процеси. Такі технології, як штучний інтелект, блокчейн та хмарні обчислення, створюють нові можливості для інновацій у бізнесі. Розуміння того, як ці технології впливають на бізнес-інновації, є критично важливим для виживання та успішного розвитку компаній у сучасному конкурентному середовищі. Компанії, які успішно інтегрують цифрові інновації, можуть отримати значні конкурентні переваги. Вивчення цього процесу дозволяє зрозуміти, як саме цифрові екосистеми сприяють створенню нових продуктів і послуг, оптимізації бізнес-процесів та підвищенню ефективності. Цифрові екосистеми забезпечують платформи для співпраці між різними учасниками ринку, включаючи стартапи, великі корпорації, дослідницькі установи та споживачів. Це сприяє генерації нових ідей та спільному розвитку інноваційних рішень. Вивчення цих процесів допомагає зрозуміти механізми створення та поширення інновацій через цифрові платформи. Цифрові екосистеми сприяють розвитку нових бізнес-моделей, які базуються на спільному використанні ресурсів, даних та знань. Така трансформація відкриває нові можливості для зростання та розвитку бізнесу. Актуальність дослідження полягає в тому, щоб зрозуміти, які саме бізнес-моделі виявляються найбільш ефективними в умовах цифрової економіки [1].

Співпраця в усій екосистемі – це те, що забезпечує інноваційні, безпечні та надійні продукти для споживачів і компаній. Відкритість може бути важко визначити, а різні технології вимагають нових підходів для забезпечення доступності, вибору та безпеки.

Це означає, що всі частини цифрової екосистеми, від інфраструктури до програмного забезпечення, повинні співпрацювати та обмінюватися ідеями, щоб створити відкриту цифрову екосистему, яка принесе користь усім – від операторів і регуляторів до компаній і

споживачів. Загалом це означає, що компанії повинні співпрацювати на міжгалузевих форумах, щоб розробити відкриті стандарти та дотримуватися їх, особливо коли мова йде про технології, які є основоположними для життя споживачів та операційних моделей бізнесу [2].

Відкриті та сумісні екосистеми відіграють важливу роль у стимулюванні інновацій, підтримуючи здатність користувачів надавати можливість усім частинам їхніх цифрових екосистем працювати разом, щоб покращити їхній досвід, незалежно від того, на якому пристрої, бренді, операційній системі, програмі для обміну повідомленнями за замовчуванням чи мобільному операторі вони працюють. використовуючи. Необхідно забезпечити міжгалузеву сумісність, щоб забезпечити необхідну інфраструктуру та стимули для майбутніх інвестицій, які сприятимуть новій хвилі інновацій у Європі. Це також усуне існуючу шкоду для споживачів, наприклад відсутність сумісності обміну повідомленнями між різними екосистемами операційних систем.

Користувачі повинні мати можливість вільно обирати, використовувати та безперешкодно переміщатися між різними підключеними пристроями та послугами, від смартфонів до носіїв, незалежно від брендів чи операційних систем. Вони хочуть налаштувати свій досвід, обираючи власні параметри за замовчуванням, будь то програми, платіжні системи чи онлайн-сервіси. Користувачі повинні мати можливість легко переходити від однієї екосистеми до іншої, забираючи з собою всі важливі дані та контент без будь-яких витрат за допомогою узгоджених відкритих галузевих стандартів.

Люди очікують цифрового досвіду високої якості та функціональності, а також безпеки та конфіденційності під час використання цифрових послуг. Це може бути досягнуто лише шляхом надання можливості розробникам і виробникам мати недискримінаційний загальний доступ до апаратного забезпечення пристрою, функцій програмного забезпечення, магазинів програм і функцій операційної системи, враховуючи при цьому потреби безпеки та сумісності. Якщо розробники та виробники зможуть безпечно використовувати важливі можливості пристроїв, безпечно поширювати та монетизувати свої послуги за допомогою обраного ними маршруту, це дає можливість вибору, конкуренції та інновацій для споживачів.

Цифрові екосистеми суттєво змінюють сучасний бізнес, виступаючи каталізаторами інновацій і сприяючи розвитку нових бізнес-моделей, продуктів і послуг. Вони забезпечують платформу для взаємодії різноманітних учасників ринку, стимулюючи співпрацю та

обмін знаннями, що є ключовими факторами для інноваційного розвитку.

Розвиток цифрових технологій, таких як штучний інтелект, блокчейн та хмарні обчислення, створює нові можливості для бізнесу, дозволяючи оптимізувати процеси, підвищити ефективність і забезпечити індивідуальний підхід до клієнтів. Компанії, які вмело інтегрують ці технології, здатні отримати значні конкурентні переваги на глобальних ринках.

Цифрові екосистеми також сприяють розвитку мережових ефектів, де взаємодія між різними учасниками призводить до створення додаткової цінності. Це стає основою для виникнення нових продуктів і послуг, які раніше були неможливими або неекономічними. Спільна робота в рамках екосистем дозволяє компаніям швидше реагувати на зміни ринку та потреби клієнтів, що підвищує їхню адаптивність та стійкість.

Однак, поряд з численними перевагами, цифрові екосистеми приносять і нові виклики, серед яких особливо виділяються питання кібербезпеки, захисту даних і регуляторних вимог. Для того щоб успішно функціонувати в такому середовищі, компаніям необхідно розробляти стратегії, які мінімізують ризики та забезпечують безпеку даних.

Вплив цифрових екосистем на інноваційність сучасного бізнесу є багатограним і значним. Вони відкривають нові горизонти для розвитку, підвищують конкурентоспроможність і сприяють більш динамічному та гнучкому реагуванню на виклики сучасного світу. Вивчення цього впливу дозволяє компаніям не лише йти в ногу з часом, але й активно формувати майбутню діяльність.

Таким чином, дослідження впливу цифрових екосистем на інноваційність сучасного бізнесу є надзвичайно актуальним. Це дозволяє зрозуміти, як технологічні зміни трансформують бізнес-середовище, сприяють інноваціям та впливають на конкурентоспроможність підприємства.

Інформаційні джерела

1. Бугріменко Р.М., Смірнова П.В. Вплив розвитку цифрової трансформації на діяльність підприємства. Економіка та суспільство. Електронний науковий журнал. Випуск 59. 2024.

URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3386>

2. DMA implementation in action. URL: <https://www.opendigitalecosystems.org/principles>

УДК: 330.341

DOI:10.5281/zenodo.11926594

О.В. Бухало, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ ОРГАНІЧНОГО ЗЕМЛЕРОБСТВА

Розроблена нами методика створення інноваційно-інвестиційних проєктів дозволяє підвищити ефективність виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції, але ми хотіли б також зосередити увагу на виробництві органічної продукції, що в свою чергу сприятиме підвищенню прибутку підприємств за рахунок збільшення цін на екологічно чисту продукцію.

Особливого значення, в цьому напрямі, набуває дослідження можливостей біологізації сільськогосподарського виробництва.

За поглядами науковців на вирішення цієї проблеми слід застосовувати органічне землеробство, технології і технологічні процеси, перш за все, для стабілізації виробничих систем, зниженню залежності від техногенних факторів і, таким чином, підвищенню конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції. Необхідно замінити хіміко-техногенні ресурси альтернативними маловитратними заходами, які базуються на природному самовідновленні. У зв'язку із цим «ідеальною є модель виробничої системи із замкнутим виробничим циклом та високим рівнем рециркуляції біогенних елементів, коли відходи одного технологічного процесу є сировиною або базою для наступного при відносно невисоких витратах антропогенної енергії» [1, с. 15]. Вчені вважають, що «слід у стислі терміни визначити вклад та співвідношення біологічних і техногенних факторів у розвиток агросфери як на ближню, так і віддалену перспективи, розробити моделі енергозберігальних ґрунтозахисних систем землекористування, які базуватимуться на досягненнях науки, в тому числі новітньої біотехнології, космічної інформації про стан ландшафтів, ґрунтового покриву і посівів» [2, с. 40].

Ми поділяємо погляди тих науковців, які вважають, що подальша інтенсифікація землеробства як шлях підвищення продуктивності багато в чому до умов України непридатна. У сучасному розумінні слід посилити тенденцію до переходу на технології, які ґрунтуються на зменшенні питомої ваги найбільш енергоємних процесів, у тому числі на мінімізації обробітку ґрунту, інтенсивне використання біологічного азоту, застосування різних комплексних добрив, які забезпечуватимуть

високий коефіцієнт їх засвоєння рослинами, використанні досягнень біотехнології, біопрепаратів та ін.

У світі між цим підвищуються процеси інтенсифікації сільськогосподарського виробництва, збільшується внесення мінеральних добрив, бо стоїть мета забезпечити населення планети продуктами харчування. Обсяги мінеральних добрив та пестицидів під час вирощування сільськогосподарських культур у нашій державі свідчить про значне зменшення їх кількості.

В Україні після періоду інтенсифікації однак притаманний поступовий перехід до впровадження органічного землеробства, що викликано соціально-економічною ситуацією. Ми впевнені, що необхідно розробити такі системи землеробства, які б у повній мірі, ураховували економічні і ресурсні можливості сільськогосподарських підприємств. Використання органічної системи землеробства здійснюють все більше країн, розуміючи важливість споживати екологічно чисту продукцію.

Щодо пропозиції вважати органічне землеробство єдиною системою для всіх господарств, незалежно від природної родючості земель та вирощування продукції в усіх природно-економічних зонах України слід відмітити, що такі умови ще не настали.

Відповідно до європейського стандарту в рамках Постанови Ради ЄС № 834/2007 від 28 червня 2007 р., органічне виробництво подано як система господарювання, яка поєднує в собі найліпші практики з огляду на збереження навколишнього середовища, рівень біологічного різноманіття, збереження природних ресурсів, застосування високих стандартів належного виробництва [3].

У результаті проведеного дослідження нами було запропоновано впровадити у виробництво декілька інноваційно-інвестиційних проектів виробництва основних сільськогосподарських культур. У якості приклада, розроблено проект, націлений на виробництво соняшнику, який дає змогу забезпечити збільшення його обсягів.

Економічна ефективність розробленого проекту полягає в збільшенні обсягів виробництва соняшнику, підвищенні конкурентоспроможності, за рахунок оптимізації витрат на виробництво. Результатом реалізації проекту є отримання чистого приведенного доходу у розмірі 433,9 тис.грн та покращення фінансового стану досліджуваного підприємства. З'ясовано, що недосягнення очікуваних результатів може бути лише внаслідок настання виробничих ризиків, ймовірність яких є досить високою.

За реалізацією проекту заплановані явні вигоди. Такі, як збільшення обсягу виробництва продукції, зменшення собівартості, поліпшення якості отримання прибутку, створення нових робочих місць. До інших переваг можна віднести покращення умов праці, підвищення кваліфікації працівників, оптимальне використання землі.

Зростання внесення мінеральних добрив та засобів захисту рослин у світі негативно впливає не тільки на земельні ресурси, а і на якість виробленої продукції. Європейські країни вже тривалий час впроваджують органічне землеробство (Польща, Німеччина, Франція та ін.). В Україні за період 2019–2022 рр. площа органічних земель збільшилася на 11,7 %, їх частка у загальній площі у 2022 р. склала 0,65 га, що більше на 10,2 % порівняно з 2019 р. Світова тенденція розвитку органічного землеробства передбачає ведення його на невеликих земельних ділянках, але в Україні воно набуло поширення переважно у великих сільськогосподарських підприємствах.

На підставі узагальнення наукової інформації з'ясовано, що традиційна система внесення добрив є нераціональною. З метою підвищення ефективності вирощування сільськогосподарських культур нами обґрунтовано проект «вермигосподарства», в якому передбачається виробництво біогумусу (вермикомпосту) для покриття потреб в органічних добривах для вирощування окремих сільськогосподарських культур (озимої пшениці, ярого ячменю, кукурудзи на зерно та соняшнику). При цьому за технологічною картою з виробництва біогумусу (вермикомпосту) способом «розселення» каліфорнійських дощових черв'яків у буртах розроблено два варіанти організації «вермогосподарства».

Біогумус являє собою альтернативний засіб у вирішенні питань органічного живлення рослин. На відміну від традиційних видів добрив, до яких відносять різні види гною за походженням та ступенем мінералізації, він забезпечує більш сприятливі умови для рослин.

Інформаційні джерела

1. Грунтозахисна біологічна система землеробства в Україні: Монографія / За ред. Шичули М.К.; НАУ – К.: «ОРАНТА», 2000. – 389 с.
2. Грунтозахисна біологічна система землеробства в Україні: Монографія / За ред. Шичули М.К.; НАУ – К.: «ОРАНТА», 2000. – 389 с.
3. Довідник стандартів ЄС щодо регулювання органічного виробництва та маркування органічних продуктів. – Кн. 1 / За ред. Є. Милована, С. Мельника, О. Демидова [та ін.]. – Л.: ЛА «Піраміда», Федерація органічного руху України, 2008. – 204 с.

УДК 330.332

DOI:10.5281/zenodo.11926786

К.Ю. Величко, канд. екон. наук., доц. (ДБТУ, Харків)

ПРОБЛЕМАТИКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ТА СТРАТЕГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНУ В УМОВАХ ВІЙНИ

В умовах війни Україна стикається з суттєвою проблемою інвестиційної невизначеності, яка значно впливає на економічний стан країни. Нестабільність національної економіки, що обумовлена військовими діями, призводить до високих ризиків та непередбачуваності, що стримує інвесторів від прийняття рішень щодо вкладення капіталу. Зокрема, невизначеність щодо тривалості війни та умов її завершення створює значні перешкоди для планування та реалізації інвестиційних проектів. Це, в свою чергу, призводить до зниження обсягів прямих іноземних інвестицій (ПІІ) і може мати довгострокові негативні наслідки для економічного відновлення та розвитку України. В таких умовах особливо важливим стає запровадження ефективних стратегій залучення іноземного капіталу, які могли б компенсувати існуючі ризики та підвищити інвестиційну привабливість країни.

На сьогодні Україна активно працює над планом відновлення, який передбачає впровадження комплексних економічних реформ, залучення прямих іноземних інвестицій (ПІІ), розвиток інфраструктури, підтримку бізнесу та розвиток людського капіталу. Цей план було представлено у липні 2023 року в м. Лугано (Італія), де було проголошено перехід від транзитивної економіки до економіки, що розвивається, що передбачає трансформацію та модернізацію виробничих потужностей шляхом залучення іноземного капіталу і сучасних технологій [1].

Такий підхід закладає основу для довгострокового розвитку національної економіки та сприяє подальшій інтеграції України в глобальну економіку.

Крім того, враховуючи важливість Цілей сталого розвитку, пріоритетними для інвестування будуть проекти, що спрямовані на вирішення таких глобальних проблем, як боротьба з кліматичними змінами, підвищення якості життя та збереження природних ресурсів, як, зазвичай, привертають більше іноземного інвестування і вони є вкрай актуальними для відновлення України. До таких перспективних інвестиційних напрямків, що може запропонувати Україна можна

віднести проекти з відновлювальної енергетики, проекти забезпечення питною водою населення постраждалих від війни регіонів, проекти спрямовані на відбудову та удосконалення інфраструктури та ін. (рис. 1).

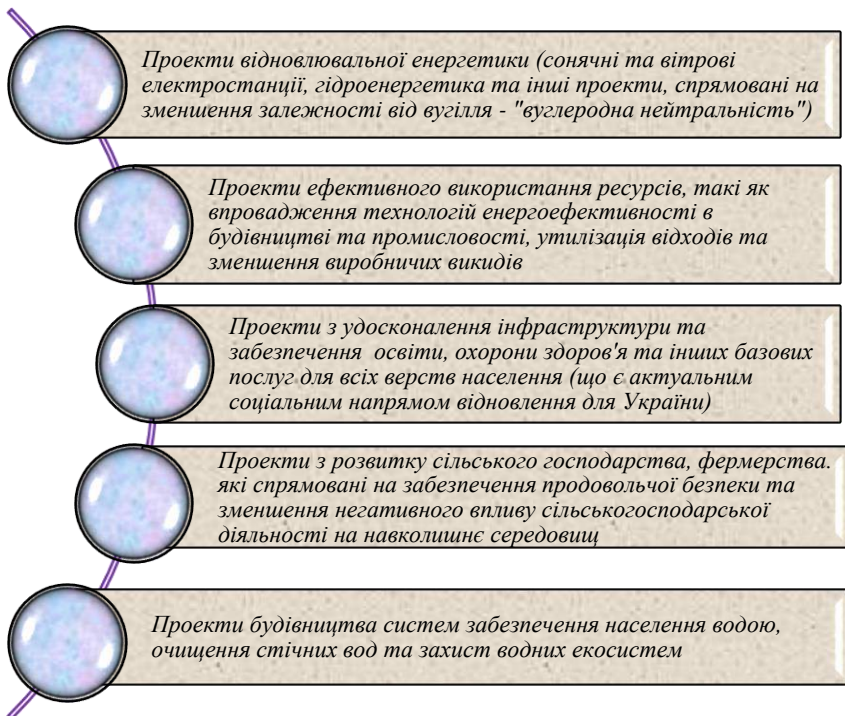


Рисунок 1 - Напрямки залучення інвестицій в економіку України в контексті реалізації Цілей сталого розвитку [2]

Позитивною складовою подолання щодо інвестиційної невизначеності та покращення інвестиційного клімату є ухвалення Верховною Радою законопроекту № 8138, який включає зниження мінімального обсягу значних інвестицій з 20 млн. євро до 12 млн. євро, а також скорочення мінімально необхідної кількості робочих місць з 80 до 50. Також допускається можливість, що заявник та інвестор з значними інвестиціями можуть бути однією юридичною особою. До обсягу значних інвестицій включено платню за приєднання до мереж електро- та газопостачання і т.д. [3]. Також Євросоюз запустив

ініціативу, яка може залучити значні іноземні інвестиції в економіку України. Почала функціонувати Ukraine Investment Framework (UIF) – частина програми Ukraine Facility (з квітня 2024р.), яка спрямована на сприяння залученню, перш за все, приватних інвестицій в українську економіку. UIF включає кілька механізмів. По-перше, це надання гарантій на суму 7,8 млрд євро, які частково покриватимуть ризики, включаючи безпекові, для реалізації масштабних інвестиційних проєктів. По-друге, це надання грантів, змішаного фінансування і технічної допомоги на 1,5 млрд євро. Перші проєкти в рамках цієї програми будуть обрані вже у червні 2024р. на конференції з відбудови України в Берліні [4].

Для залучення іноземних інвесторів також активно функціонує електронна платформа Advantage Ukraine [5], де представлено понад 500 інвестиційних проєктів та можливостей у 10 галузях національної економіки. Крім того, необхідним є врахування проблемних питань інвестування, що відімалися інвесторами і раніше, а саме: корупційні ризики та високий рівень бюрократії, неефективна судова система; складність податкової системи.

Інформаційні джерела

1. Нова Україна: стимулювання інвестицій у свободу, мир та процвітання. Проєкт USAID з економічного розвитку, управління та зростання підприємництва (edge). URL: <https://www.usaid.gov/usaid-response-ukraine> (дата звернення: 22.05.2024).

2. Величко К.Ю. Investment uncertainty: challenges and opportunities for Ukraine. 2024. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. № 1(42). С.140-146. DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.42-21>.

3. Урядовий законопроект № 8138 «Про внесення змін до Закону України «Про державну підтримку інвестиційних проєктів із значними інвестиціями в Україні». URL: https://ips.ligazakon.net/document/II08258I?utm_source=jurliga.ligazakon.net&utm_medium=news&utm_content=j103. (дата звернення: 22.05.2024).

4. Війна – не перешкода. Інвестиції в Україну зростають, але для відновлення замало. Що треба зробити владі? URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2024/04/25/712862/> (дата звернення 25.05.2024).

5. Advantage Ukraine. URL: <https://advantageukraine.com/ua/>. (дата звернення: 22.05.2024).

УДК 339.727.22

DOI:10.5281/zenodo.11927006

О.В. Горпинич, доц. (НТУ «ДП», Дніпро)

СПРИЯННЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ІНСТИТУЦІЙ ЗАЛУЧЕННЮ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНУ

Матеріальні збитки, що завдала російська агресія об'єктам інфраструктури України, за розрахунками експертів Київської школи економіки на початок квітня 2024 р. склали 157,2 млрд дол. США. На жаль, вартість знищених виробничих фондів продовжує зростати, і вже за оцінками Світового банку протягом наступних десяти років для відбудови зруйнованої національної інфраструктури необхідно буде щонайменше 486 млрд дол. США [1].

У липні 2023р. на конференції в Лугано Україна представила амбітний проєкт відновлення країни. Сценарій стратегічного розвитку передбачає за 10 років здійснити перехід від транзитної економіки до економіки, що розвивається. Але для реалізації такої мети необхідні великі кошти, значна частка яких, ми сподіваємося на це, будуть складати іноземні інвестиції. І хоча багато заяв на підтримку відбудови України було зроблено на рівні урядів країн-партнерів, основні капіталовкладення планує зробити приватний капітал.

Необхідно відзначити, що і під час воєнних дій іноземні інвестиції продовжують підтримувати національну економіку. Для світового бізнесу така політика є складовою їхніх стратегій та проявом солідарності з непереможною українською нацією. Наприклад, у 2022-2024 рр. більше третини членів Європейської бізнес-асоціації мали чи мають інвестиційні проєкти в Україні (сума інвестицій 3-8 млн дол. США). Тільки у 2023 р. за даними НБУ такі інвестори надали 4,25 млрд дол. США, з яких 3,2 млрд дол. – це реінвестиції іноземних компаній, які продовжують працюють в Україні.

З метою розширення залучення в національну економіку іноземних інвестицій у вересні 2023 р. створена електронна інвестиційна платформа Advantage Ukraine. Тільки за перші три місяці її роботи надійшло більше 500 запитів щодо можливостей інвестування в Україні, а також пропозицій проєктів та торговельної співпраці. Зацікавлення виявили інвестори з США, Великої Британії, Німеччини, Данії, Бельгії до проєктів у 10-ти галузях економіки, зокрема в агросекторі, транспортній інфраструктурі, оборонній промисловості, секторі інновацій та технологій. Фінансовий потенціал платформи складає понад 400 млрд дол. США. Кожен потенційний інвестор,

зареєструвавшись на платформі, отримає інформацію про можливості інвестування, проекти та вигоди, які матиме від вкладання в економіку України [2].

В свою чергу фінансово-інвестиційні європейські інституції створюють організаційні умови та сприяють безпековому інвестуванню проєктів. 17 квітня 2024 Євросоюз дав старт ініціативі, яка може принести в економіку України десятки мільярдів іноземних інвестицій. Почала роботу Ukraine Investment Framework (Pillar 2) (UIF) – складова частина програми Ukraine Facility, яка передбачає сприяння в залученні передусім приватних інвестицій в українську економіку. Інтегрований план економічного розвитку Ukraine Facility, який також затверджений у 2024 р., має середньостроковий горизонт, чітку структуру та визначене фінансування. Бюджет програми складає 50 млрд євро на найближчі 4 роки. Ukraine Investment Framework – це компонент Ukraine Facility, інструмент для залучення інвестицій обсягом 9,3 млрд євро. Завдяки множині різних інструментів розподілу ризиків, змішаному фінансуванню та грантам UIF сприятиме залученню в українську економіку в наступні роки близько 40 млрд євро державних та приватних інвестицій

Нещодавно в Києві розпочало роботу відділення Європейського інституту інновацій і технологій (EIT), що є незалежним органом ЄС. Місія Європейського інституту інновацій та технологій полягає в підвищенні конкурентоспроможності Європи, її стійкого економічного зростання шляхом сприяння та зміцнення співпраці між провідними бізнесовими організаціями та стимулюванні інновацій та підприємництва в Європі, створюючи середовище для процвітання творчих та інноваційних думок [3].

На наш погляд, фундаментальною подією, що надає системний характер діяльності іноземного ринку інвестицій в Україні та впливає на формування синергетичного ефекту результативності його діяльності, є підписання Єврокомісією з Міжнародною фінансовою корпорацією (IFC) гарантійної угоди щодо підтримки інвестицій для відновлення України. Ця подія відбулася на початку 2024 р. Міжнародна Фінансова Корпорація IFC як частина групи Світового банку, створена з метою сприяння сталому економічному розвитку країн, що розвиваються, через інвестиції в приватний сектор. Як організація, до якої входить 184 країн, IFC відіграє ключову роль у формуванні глобальних фінансових стратегій та політик.

З часу свого заснування, IFC стала однією з найвпливовіших фінансових установ у світі, спеціалізуючись на підтримці приватного сектору в країнах, що розвиваються. IFC використовує свої ресурси,

експертизу та глобальну мережу для сприяння створенню ринків, підтримці інновацій та забезпеченню більш широкого доступу до фінансів [4].

У рамках угоди Європейський Союз буде надавати IFC фінансові гарантії на суму до 90 мільйонів євро для підтримки інвестицій в Україну в рамках програми IFC's Better Futures (BFP). Очікується, що приватні інвестиції у рамках програми сягнуть понад 500 млн євро по різних секторах, включаючи важливу інфраструктуру та виробництво товарів, сприяння декарбонізації та збереження засобів до існування.

Реалізацію угоди з Міжнародною Фінансовою Корпорацією Єврокомісія надала Європейському фонду сталого розвитку плюс (EFSD+), який є частиною інвестиційної структури ЄС. Він підтримує державні та приватні інвестиції в країнах-партнерах по всьому світу, надаючи фінансові гарантії, змішане фінансування та технічну допомогу для сприяння інклюзивному економічному розвитку. Фінансові гарантії в рамках EFSD+ є юридично обов'язковими угодами, за якими ЄС погоджується виплатити належну суму у випадку фінансових втрат, з якими можуть зіткнутися кредитори. [5].

Інформаційні джерела

1. Вінокуров Я. Війна – не перешкода. Інвестиції в Україну зростають, але для відновлення замало. Що треба зробити владі? URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2024/04/25/712862/>

2. Україна цікава іноземним інвесторам попри війну. Але є нюанси. URL: <https://onova.org.ua/news/ukraina-tsikava-inozemnym-investoram-popry-viinu-ale-ic-niuanisy>

3. URL: <https://ms.nauka.gov.ua/pro-portal/gorizont-yevropa/innovacijna-yevropa/yevropejskij-institut-innovacij-i-tehnologij/>

4. URL: <https://welfare.green/docs/tips-guides/donori-ta-finansovi-organizacii/mizhnarodna-finansova-korporaciya-ifc/>

5. ЄС надасть Міжнародній фінансовій корпорації гарантії щодо інвестицій для відновлення України. <https://www.ukrinform.ua/rubric-vidbudova/3823124-es-nadast-miznarodnij-finansovij-korporacii-garantii-sodo-investicij-dla-ukraini.html>

УДК 658.8:338.46.

DOI:10.5281/zenodo.11927174

О.В. Жегус, д-р. екон. наук, проф. (ДБТУ, Харків)

С.М. Гребченко, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)

В.С. Тельная, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)

ВНУТРІШНІЙ МАРКЕТИНГ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ВИРОБНИКІВ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ

Військова агресія сприяла пришвидшенню європейської інтеграції України та зумовила можливості виведення на європейські ринки продукції українських виробників. Для успішного виведення, освоєння та завоювання ринків інших країн важливо сформувати конкурентні переваги і забезпечити конкурентоспроможність вітчизняної продукції. Вирішення цього завдання можливо лише за умов потужного конкурентного потенціалу, невід'ємними складовими якого є не просто трудові ресурси, а наявність та рівень креативного й інтелектуального потенціалу. Саме від них залежить здатність працівників до генерування інноваційних ідей, ініціації змін шляхом здійснення модернізації технологій та обладнання, розробки і впровадження технологічних, організаційних, управлінських, маркетингових інновацій, і в результаті – спроможність створювати споживчу цінність. Відповідно до концепції маркетингу можливостей сучасний маркетинг розглядається як діяльність зі створення нової цінності для формування нового клієнтського досвіду щодо кращого задоволення індивідуальних потреб, запитів, інтересів, очікувань споживачів, вирішення їх життєвих проблем [2], що напряду залежить від людей, які працюють і приймають рішення, у тому числі маркетингові.

Професором Н. Савицькою відзначається, що склалися технологічні та соціальні умови, за яких людська мислєдєяльність перетворилася у продуктивну силу, здатну в режимі реального часу, долаючи географічні відстані, створювати конкурентоздатні способи виробництва [4]. У продовження цієї думки зарубіжні вчені Gonçalves, J. S., Neves, M. S., Sousa, B. B., & Ferreira, J. [1] справедливо наголошують, що саме люди все більше здатні створювати цінність для організацій завдяки своїм навичкам і компетенціям, тому співробітники тепер вважаються одним із головних ресурсів організації, оскільки вони мають фундаментальне значення для її успіху.

Визнання провідної ролі працівників у майбутньому сталому розвитку та розуміння необхідності створення належних умов для реалізації кожної людини через участь в економічному житті та

процесах серед 17 цілей Сталого розвитку виділено 8 мету «Гідна праця та економічне зростання» [5]. Одним із завдань цієї мети визначено сприяння політиці, орієнтованої на розвиток, яка підтримує продуктивну діяльність, створення гідних робочих місць, стимулює підприємництво, креативність та інновації. Створенню гідного робочого місця, яким був би задоволений працівник і дорожив би ним, проявляючи при цьому зацікавленість у високій продуктивності, відданість справі і докладав би максимальних зусиль до виконання своїх професійних завдань і обов'язків, сприяє внутрішній маркетинг. Він сформувався, як філософія управління персоналом, та поширився в компаніях усього світу наприкінці минулого століття, але особливої актуальності набув в умовах тих гібридних загроз, з якими стикнувся весь світ, особливо Україна через повномасштабну військову агресію.

Внутрішній маркетинг розглядається як набір стратегій, спрямованих на підвищення якості, продуктивності праці через сприяння задоволенню потреб забезпечення високого рівня добробуту співробітників компанії. Спрямованість внутрішнього маркетингу на підвищення задоволеності умовами та оплатою праці, можливостями професійного розвитку та кар'єрного зростання, забезпечення високої корпоративної культури, прийнятного стилю менеджменту є підґрунтям для формування мотивованого та клієнтоорієнтованого персоналу [3].

Парадигма внутрішнього маркетингу базується на передумові, що чим кращі умови праці для працівників, тим кращою буде їхня повсякденна продуктивність і бажання розвиватися заради успіху свого і компанії. Саме підприємствами, орієнтованими на внутрішній маркетинг і пріоритет людського капіталу, приваблюються високопрофесійні, досвідчені, кращі у своїй сфері діяльності працівники, які стають відданими своїй справі. При цьому створюється мотивований персонал та цілісна команда ентузіастів й однодумців, об'єднання зусиль, знань і майстерності яких у процесі професійної діяльності у сукупності зумовлює синергетичний ефект у вигляді створеної ними споживчої цінності. Тому саме від зусиль працівників залежать кінцевий результат їх праці – якість, унікальність, і в решті решт – конкурентоспроможність продукції або послуг.

Оскільки під час криз, негативні наслідки, перш за все відчують люди, які розгублюються, втрачають енергію та сили, надії на краще, віру, то це дуже відображається на їх працездатності. З початку військової агресії в Україні кадрові питання стали серйозним випробуванням для вітчизняних підприємств. Більшість з них відчули свою крихкість унаслідок втрати значної частки трудових ресурсів через міграційні процеси, мобілізацію, втрату працездатності. В умовах

військової агресії українські компанії, крім найбільш поширених інструментів внутрішнього маркетингу, зокрема створення комфортного робочого місця і середовища, формування корпоративних цінностей і культури, ефективної системи оплати праці, мотивації і заохочення; можливостей для кар'єрного зростання і самореалізації, налагодження внутрішньофірмових комунікацій тощо, мають підсилити емоційну та психологічну підтримку свого персоналу. Новими викликами у сфері управління персоналом стали гострі реакції працівників на стрес, поганий настрій, постійна тривожність, втомленість, втрата зацікавленості, що вимагає розвитку нових практик взаємодії та комунікації з персоналом, пов'язаних із підтримкою психічного здоров'я і внутрішнього емоційного стану працівників.

За сучасних обставин у контексті внутрішнього маркетингу українські компанії мають спрямовувати зусилля на допомогу своїм працівникам не лише впоратися з беспрецедентними викликами, зумовленими сучасними гібридними загрозами, не лише з легкістю подолати складнощі і вирішити їх проблеми, а на допомогу щодо пошуку і визначення нових можливостей для розвитку та зростання, тим самим сформувати їх здатність відновлюватися після неминучих травматичних подій. Отже акцент внутрішнього маркетингу в українських компаніях у надскладних обставинах зміщується у бік сприяння зміцненню, зростання і стійкості персоналу. Це означає допомогти працівникам усвідомити нові обставини, прийняти виклики, пережити великі труднощі, подолати невдачі та, навчаючись на цьому шляху мислити і діяти по-новому, знайти точки для зростання. Найскладніше людині приймати ситуацію, а не чинити опір, усвідомлювати і намагатися вирішувати проблеми, а не бігти від них, визнавати невдачі і навчатися, набувати нового досвіду – це шлях до побудови кращої версії себе.

Інформаційні джерела

1. Gonçalves, J. S., Neves, M. S., Sousa, B. B., & Ferreira, J. (2024). The Importance of Internal Marketing in Companies and Its Relation With Happiness at Work. In *Resilience of Multicultural and Multigenerational Leadership and Workplace Experience* (pp. 162-181). IGI Global.

2. Жегус О. В. Маркетинг можливостей як сучасна концепція розвитку суб'єктів господарювання в умовах глобальних викликів. *Бізнес Інформ*. 2023. №8. С. 300–308. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-8-300-308>

3. Жегус О.В., Афанасьєва О.П., Кривошеева Н.М. Внутрішній маркетинг як інструмент формування лояльності персоналу у сфері послуг. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2020. Вип. 2(32). С. 147-161. <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/3549>

4. Савицька Н.Л. Людина як суб'єкт сучасного господарського розвитку: монографія. Харків: Форт. 2012. 352 с.

5. Цілі сталого розвитку в Україні. URL: <https://ukraine.un.org/uk>

УДК 339.138

DOI:10.5281/zenodo.11927383

О.В. Жегус, д-р. екон. наук, проф. (ДБТУ, Харків)

Д.О. Долженко, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)

А.О. Кравченко, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)

РЕБРЕНДИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ АДАПТАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ВИРОБНИКІВ ДЛЯ ВИХОДУ НА НОВІ РИНКИ

Військова агресія внесла корективи в усі сфери нашого життя. Нові обставини спричинили багато змін, які характеризуються великими негативними наслідками, але при цьому й виникли нові можливості. Зокрема, вітчизняний бізнес отримав шалену підтримку країн всього світу, що зумовило зростання перспектив для експортної діяльності. Для компаній це означає нові можливості щодо виведення своєї продукції на міжнародні ринки або розширення ринків і збільшення обсягів продажу, якщо така діяльність вже здійснювалася.

Для підтримки і розвитку української економіки нарощування експорту має суттєве стратегічне значення, тому на державному рівні через платформу Дія.Бізнес [1] надається потужна підтримка, спрямована на популяризацію та допомогу вітчизняним підприємствам і підприємцям щодо налагодження експорту. Ураховуючи звуження внутрішнього споживчого ринку та безпрецедентні можливості виходу на міжнародні ринки, частка тих підприємств, які планують нарощувати експорт у 2024 році, зросла з 29,5% у 2023 р. до 45,0% [4], що є позитивним сигналом і свідчить про намагання вітчизняних товаровиробників масштабуватися і освоювати у тому числі ринки європейських країн.

Для забезпечення успіху вітчизняних продуктів, їх конкурентоспроможності, привабливості для іноземних споживачів особливих зусиль потребує брендинг. Саме через бренд відбувається донесення ключових цінностей компанії та її продукції, які створюють стимули для потенційних споживачів [5]. На міжнародних ринках бренд не тільки дозволяє ідентифікувати продукт певного вітчизняного виробника поміж конкурентів, а й впливає на міжнародний імідж України.

Приймаючи рішення щодо експортної діяльності, виробник продукту має забезпечити адаптивність атрибутів бренду відповідно до особливостей цільового ринку потенційних споживачів. Тому, якщо на вітчизняному ринку виробник просував свою продукцію під певним

брендом, за умов намагання вийти на міжнародні ринки йому необхідно здійснити ребрендинг, спрямований на його інтернаціоналізацію.

Ребрендинг передбачає повну або часткову зміну візуальних та комунікаційних складових, включаючи концептуальну ідеологію компанії [5]. Його необхідно здійснювати з урахуванням особливостей країн, на які компанія виводить свій продукт. Головна мета ребрендингу для виведення продукту на новий міжнародний ринок полягає в забезпеченні відповідності регулятивним вимогам та адаптації бренду до специфіки культури, національних особливостей, у тому числі мови і перекладу назви бренду для формування передумов позитивного його сприйняття цільовою аудиторією, залучення уваги нових споживачів та створення впізнаваності.

Яскравий кейс ребрендингу під час освоєння міжнародних ринків – рішення групи компаній «Нова пошта» створити новий бренд «NOVA». Військова агресія зумовила передумови та прискорила вихід найбільшого національного оператора поштових перевезень України «Нова пошта» на ринки інших країн всього світу. Але у конкретному даному випадку виникає питання, наскільки вдало обрана нова назва, наскільки ця назва є оригінальною і унікальною? Варто згадати кейс про скандальний продукт нашого вітчизняного автопрому «Tavria Nova», який з тріском провалився на іспанському ринку, через те, що в перекладі з іспанського «NO VA» перекладається як "не їде". Для міжнародної служби доставки – це також може стати вироком, якщо не урахувати це і не вжити адаптивних заходів в контексті ребрендингу! Перевірка показала, що на багато мов NOVA ніяк не перекладається, це напевно і може бути добрим, тому що буде сприйматися як власне ім'я. Проте знайдено і красивий переклад на китайську мову: «NOVA» – 新星 – «Висхідна зірка»! Питання ребрендингу – одне з найбільших відповідальних і найскладніших у стратегії виходу на міжнародні ринки і вимагає уваги до дрібниць і значних зусиль, від створення зрозумілої маркетингової концепції бренду, здатною зачепити і привернути увагу цільової аудиторії, до розробки назви, логотипу та бренд-буку в цілому.

Ураховуючи, євроінтеграційні процеси України, у процесі ребрендингу українським виробникам доцільно скористатися можливістю доєднатися до ініціативи для підкреслення національного походження продукції і популяризації продукції українських виробників в усьому світі створено Експортний бренд України з метою кращого впізнавання української продукції у світі. За допомогою нього українські товари та послуги просуваються на міжнародні ринки, об'єднуючись єдиною візуальною концепцією [2].

Офісом з просування експорту за підтримки Європейського банку реконструкції та розвитку у рамках ініціативи EU4Business Європейського Союзу розроблено Бренд-бук Експортного бренду України та онлайн-конструктор бренду [2], який за лічені хвилини дозволить адаптувати його під специфіку продукції і бренд-буку компанії, він дозволяє додати назву бренду, обрати відповідний колір фону або фон, іконки, що візуалізують вид продукції, яка виробляється і яку планується просувати на міжнародні ринки.

Для забезпечення успіху продукції українських виробників на міжнародних ринках рекомендується використання концепції маркетингу можливостей [3], яка спрямована на створення свого нового або суттєво оновленого, головне – унікального продукту, сервісу, бренду, який має бути:

- здатним вирішувати проблеми потенційних споживачів у різних країнах світу, задовольняти їх актуальні потреби та нові запити;
- з явною, суттєвою і зрозумілою для споживачів цінністю та/або вигодою;
- з впізнаваним брендом, який ідентифікує продукт як український;
- відмінним від наявних на ринку і відчутно відрізнятися від конкурентів;
- з ексклюзивними, унікальними властивостями, які здатні приваблювати, захоплювати, вражати потенційних споживачів;
- сучасним, відповідати запитам щодо досягнутого в світі технологічного рівня, а також вимогам та принципам Сталого розвитку.

Інформаційні джерела

1. Експортний напрям. URL. <https://export.gov.ua/>
2. Експортний бренд України. URL. https://export.gov.ua/78-eksportnij_brend_ukraini
3. Жерус О. В. Маркетинг можливостей як сучасна концепція розвитку суб'єктів господарювання в умовах глобальних викликів. Бізнес Інформ. 2023. №8. С. 300–308. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-00-308>
4. Результати двадцять третього щомісячного опитування «Український бізнес під час війни». URL. https://business.dii.gov.ua/uploads/7/38757-zvit_ukrains_kij_biznes_pid_cas_vijnij_lutij_2024_compressed_1_compressed.pdf
5. Янчева Л. М., Жерус О. В., Михайлова М. В. Брендінг як інструмент формування привабливості закладу вищої освіти в умовах сучасних викликів. Бізнес Інформ. 2020. №6. С. 358–366. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-6-358-366>

УДК 657

DOI:10.5281/zenodo.11671487

М.Ф. Журавель, здоб. ступ. PhD (ДУЖП, Житомир)

С.О. Гудзюк, здоб. ОС «магістр» (ДУЖП, Житомир)

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ

В умовах сучасного ринкового середовища, коли конкуренція посилюється, а економічна та безпекова нестабільність стає нормою, питання фінансової стійкості підприємств набуває особливої важливості. Фінансова стійкість є ключовим показником, який характеризує здатність підприємства не тільки вижити, але й розвиватися в умовах військової агресії росії проти України. Від цього показника залежить також інвестиційна привабливість підприємства, що є критично важливим для його довгострокового зростання та розвитку.

Фінансова стійкість підприємства визначається як його здатність покривати зобов'язання за рахунок власних і залучених коштів, підтримувати стабільний рівень рентабельності та зростання, а також протистояти несприятливим змінам зовнішнього середовища. Теоретичні основи фінансової стійкості включають аналіз структури капіталу, ліквідності, платоспроможності та рентабельності.

Для оцінки фінансової стійкості підприємства використовують такі показники, як коефіцієнт автономії, коефіцієнт фінансової залежності, коефіцієнт ліквідності, рентабельність активів і капіталу. Важливим етапом є також аналіз динаміки цих показників за кілька років, що дозволить виявити тенденції та зробити прогнози щодо майбутнього фінансового стану підприємства. Основними методами аналізу фінансової стійкості: вертикальний, горизонтальний, аналіз коефіцієнтів, факторний аналіз.

Таблиця 1 - Основні підходи до сутності «фінансова стійкість»

<i>Сутність фінансової стійкості</i>	<i>Критерії стійкості</i>	<i>Недоліки підходу</i>
1. Розгляд фінансової стійкості через призму аналізу платоспроможності	Здатність погасити свої зобов'язання у грошовій формі або майном компанії	Критерій перевищення фінансового важеля в структурі активу над фінансовим важелем

Продовження таблиці 1

2. Стьйкість розглядається як здатність підприємства підтримувати його фінансову безпеку	Здатність підприємства підтримувати стан захищеності	Забезпечення захищеності фінансових інтересів, досягається шляхом моніторингу індикаторів фінансової безпеки, які не завжди відповідають реальному стану
3. Визначення фінансової стійкості через рівень забезпечення ресурсами	Фінансова незалежність від зовнішніх кредиторів	Використання балансової оцінки власного і позикового капіталу
4. Підхід, заснований на аналізі джерела фінансування підприємства та його активів	Стан грошових ресурсів, що забезпечують розвиток підприємства за рахунок власних ресурсів	Логічна некоректність, так як активи в балансі представлені на певний момент, а зобов'язання були сформовані в певному періоді часу
5. Ринкова стійкість	Здатність підприємства захищати свої конкурентоспроможні переваги	Відображає ефективність підприємницької діяльності не зосереджується на визначення конкурентних переваг підприємства

Джерело: розроблено на основі [1]

Інвестиційна привабливість підприємства значною мірою залежить від його фінансової стійкості. Підприємства з високою фінансовою стійкістю здатні не лише ефективно функціонувати в умовах військової агресії росії проти України, але й привертати увагу інвесторів, забезпечуючи тим самим додаткові ресурси для свого розвитку та активно долучатись до підтримки обороноздатності країни.

Інформаційні джерела

1. Заїчко І.В. Фінансова стійкість підприємств як інструмент реалізації фінансової безпеки. *Молодий вчений*. 2019. 10 (74). С. 651-656.

УДК 330.15:911.37

DOI:10.5281/zenodo.11840097

І.В. Замула, д-р екон. наук., проф. (ДУ «ЖП» Житомир)

О.В. Шавурська, канд. екон. наук (ЖІ ПрАТ «ВНЗ «МАУП», Житомир)

ОЦІНКА СТАНУ ПРИРОДНИХ ЕКОСИСТЕМ УКРАЇНИ І ШЛЯХІВ ЇХ ВІДНОВЛЕННЯ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

Усвідомлення людством глобальних проблем призвело до появи концепції сталого розвитку, яка спрямована на збереження обмежених ресурсів для майбутніх поколінь і зменшення антропогенного впливу на природні екосистеми. Подальший розвиток України має базуватися на засадах сталого розвитку, що задекларовано як пріоритетну стратегію розвитку країни. Вирішення соціально-економічних і екологічних проблем потребує комплексного підходу та впровадження екоінновації, ресурсної ефективності.

Екологічна ситуація в Україні знаходиться в кризовому статі через військове вторгнення Російської Федерації, оскільки постійні масовані ракетні атаки інфраструктурних об'єктів, створена екологічна катастрофа у гирлі Дніпра, що призвела до зниження солоності Чорного моря та проблем з питною водою. За два роки війни збитки, завдані довкіллю, становлять на понад € 2,4 трильйона, викиди в повітря зросли на понад 42 млн. т парникових газів [3].

Станом на 01.06.2023 року близько 30 % території України, а саме 174 км², потенційно забруднена вибухонебезпечними речовинами. Крім того, мінами забруднено близько 470 тис. га земель сільськогосподарського призначення [4], що спричинило додаткові ризики в сфері аграрного бізнесу та є вагомою перешкодою розвитку сільського господарства. За два роки вторгнення РФ на територію країни збитки в аграрному секторі сягають понад 80 млрд. дол. Для мінімізації ризиків в аграрній сфері необхідно розвивати аграрне страхування в країні. В Україні цей вид страхування слабо розвинений через завищену ціну страхових послуг, не високу конкуренцію між страховиками, обмежені знання аграріїв про видів страхування.

Підривом Каховської ГЕС 06.06.2023 року спровокована екологічна катастрофа, яка вплинула і на стан ґрунтів на півдні України. Зокрема, розлив Дніпра затопив частину земельного фонду. Після відходу води землі потребуватимуть очищення та відновлення. Зруйнована система зрошення та підйом ґрунтових вод негативно вплинули на родючість сільськогосподарських земель. Це створює

загрозу світовій продовольчій безпеці. Збитки завдані ґрунтам у результаті російсько-української агресії оцінюються у 12 млрд грн. [4].

Для відновлення нормального функціонування природних екосистем державна політика має бути спрямована на зменшення антропогенного навантаження на навколишнє середовище та забезпечення безпечних умов для життя населення.

З початку війни в Україні пошкоджено або зруйновано велику кількість промислових об'єктів. Значна частина зазначених об'єктів розташована у тимчасово окупованих регіонах країни або в регіонах де точаться активні бойові дії. Після перемоги України необхідно особливу увагу звернути на залучення імпакт-інвестицій для відновлення промисловості з урахуванням цілей сталого розвитку.

За даними Державної екологічної інспекції станом на 07.07.2023 року загальна сума збитків від війни становила 2 070 млрд. гривень. На територіях, які були звільнені, екологічні збитки є дуже значними. Підрахунки Світового банку свідчать, що для відбудови інфраструктури Україні потрібно понад 486 млрд. дол., що більше ніж в два рази перевищує ВВП. Власними силами та під час воєнного стану Україна не в змозі створити та в повному обсязі профінансувати систему забезпечення екологічної, соціальної та економічної безпеки. Тому необхідно створювати умови для залучення іноземних інвестицій. Незважаючи на війну прямі інвестиції в 2023 році зросли в 3,69 разів (рис. 1).

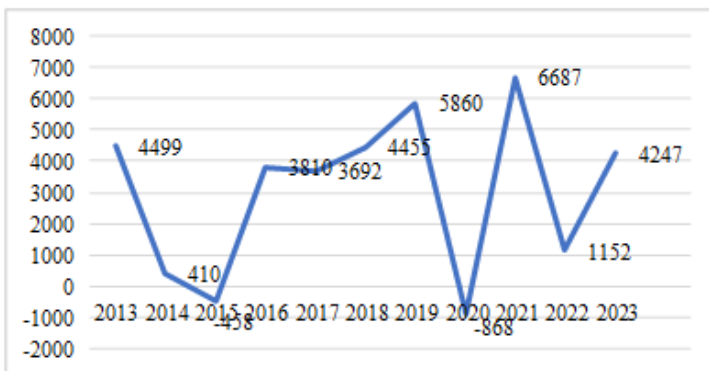


Рисунок 1 - Динаміка прямих іноземних інвестицій в Україну за 2013-2023

Джерело: узагальнено авторами на основі [2].

Дані рис. 1 свідчать, що надходження іноземних інвестицій залежало від політичної ситуації в країні, зокрема зменшення

надходжень було в 2014-2015 роках та в 2020 році. У 2022-2023 роках іноземні інвестиції спрямовувалися в будівництво, сільське господарство та в ІТ сферу. У 2023 році стрімко зросли вкладення в резервні джерела енергії, а саме промислові генератори.

За даними НБУ в 2023 року отримано 42 млрд. дол. США фінансової допомоги, в тому числі 4,6 млрд. від МВФ [1]. У 2024 році очікується надходження фінансова допомога Україні 37 млрд. дол. США. Європейський союз затвердив пакет у розмірі 50 млрд. євро у вигляді грантів і кредитів, що заплановано передавати в 2024–2027 роках [1]. Фінансова підтримка від міжнародних партнерів направлена на відбудову країни. Таким чином, країни міжнародної спільноти висловлюють підтримку Україні для відновлення стану навколишнього природного середовища та інфраструктурних об'єктів, зруйнованих через війну.

Кризова екологічна ситуація в Україні ставить під загрозу існування майбутніх поколінь і подальший розвиток держави на принципах сталого розвитку. Вирішення екологічних проблем, спричинених війною, які загрожують національній екологічній безпеці, потребує добре організованої системи державного екологоорієнтованого управління, враховуючи Цілі сталого розвитку України до 2030 року. Забезпечення економічних інтересів країни залежить від сталого розвитку регіонів. Це означає, що досягнення цілей і завдань у сфері регіональної політики повинні сприяти формуванню можливостей для системних дій, спрямованих на протидію загрозам на регіональному рівні. Стан екологічної безпеки може відрізнятись в різних регіонах через нерівномірний соціальний розвиток, особливості економічного розвитку та розміщення виробничих сил, рівень інноваційності, якість людського потенціалу, інвестиційний клімат та інші фактори.

Інформаційні джерела

1. Zamula, I.V., Shavurska, O.V., Kireitseva, AV. (2024). Sustainable Development of Ukraine as an Innovative Approach to Its Post-War Recovery. *Science and Innovation*. 20 (3). 3–16.

2. Відомості офіційного сайту статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>.

3. Завдана довікілью шкода внаслідок війни вже перевищує €2,4 трильйона. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3850599-zavdana-dovkillu-skoda-vnaslidok-vijni-vze-perevisue-24-triljona-strilec.html>

4. Затоплені землі та спалені ліси. Як росіяни воюють проти довікілья в Україні. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/3723830-zatopleni-zemli-ta-spaleni-lisi-ak-rosiani-vouut-proti-dovkilla-v-ukraini.html>.

УДК 334:330.3

DOI:10.5281/zenodo.11840581

Л.М. Зомчак, канд. екон. наук, доц. (ЛНУ ім. І. Франка, Львів)

Д.В. Глищук, здоб. ОС «магістр» (ЛНУ ім. І. Франка, Львів)

ЕКОНОМЕТРИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ОБСЯГУ РЕАЛІЗОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПЕРЕРобНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Економетричний аналіз методом множинної регресійної моделі є потужним інструментом для дослідження складних економічних явищ. Важливість економетричного аналізу полягає в тому, що він дозволяє врахувати різноманітні фактори, що впливають на економічні процеси, та визначити, як саме вони взаємодіють між собою. У нашому випадку використовуємо множинну регресійну модель, щоб оцінити вплив середнього грошового доходу та витрат на інновації промислових підприємств на обсяг реалізованої продукції промисловості. Такий аналіз може бути корисним для розуміння економічних процесів, виявлення закономірностей, формування ефективної економічної політики та прогнозування майбутніх тенденцій.

Серед економетричних методів, які користуються найбільшою популярністю у дослідників, виділимо такі: панельне моделювання для моделювання регіонального економічного розвитку України [1], симультативне моделювання сталого розвитку України як комбінація економічної, екологічної та соціальної складових [2] та симультативне моделювання взаємної залежності між макроекономічним розвитком України та інфляцією [3], авторегресійне моделювання облікової ставки України як інструмента макроекономічної політики [4] та авторегресійне моделювання головних показників макроекономічного стану України [5] тощо.

Об'єктом дослідження є множинна регресійна модель з двома факторними змінними (середній грошовий дохід та витрати на інновації) та однією результуючою змінною - обсяг реалізованої продукції переробної промисловості. Модель побудована на основі вхідної статистики, зібраної з офіційної сторінки Державної служби статистики України [6].

Метою дослідження є визначення впливу середнього грошового доходу та витрат на інновації промислових підприємств на обсяг реалізованої продукції переробної галузі та кількісна оцінка цього впливу через побудову множинної регресійної моделі.

Множинна кореляційно-регресійна модель з двома факторними змінними має вигляд:

$$y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2,$$

де b_0, b_1, b_2 – параметри моделі,

y – результуюча змінна,

x_1, x_2 – факторні змінні.

Модель залежності обсягу реалізованої продукції переробної промисловості від середнього грошового доходу та витрати на інновації з параметрами, оціненими за допомогою методу найменших квадратів, можна записати так:

$$y = 93\,871,441 + 149,081 \cdot x_1 + 17,891 \cdot x_2$$

Значення вільного члена моделі свідчить про те, що за нульових доходів населення та відсутності інвестицій у інновації обсяг торгівлі товарами переробної промисловості становитиме 93 871,441 млн. грн. При зростанні середніх місячних доходів населення на 1 грн. обсяг торгівлі зросте на 149, 081 млн. грн., а при одно гривневому зростанні витрат на інновації – на 17,891 млн. грн.

Відношення детермінації показує, яку частку загальної дисперсії результуючої змінної пояснює модель. Даний показник можна знайти за формулою:

$$R^2 = 1 - \frac{S_{yx}^2}{S_y^2},$$

де S_{yx}^2 – не пояснена дисперсія результуючої змінної, а S_y^2 – загальна дисперсія.

Отриманий показник для множинної регресійної моделі становить 0,959. Це означає, що аж 95,9% варіації обсягів проданої продукції переробної промисловості в Україні зумовлено зміною факторних змінних (середнього місячного доходу та витрат на інновації), а 4,1% варіації пояснюються дією інших чинників.

Перевіримо статистичну значущість коефіцієнтів регресії. Вибіркові похибки коефіцієнтів регресії матимуть такий вигляд: $S_{b_1} = 10,786$ для b_1 та $S_{b_2} = 7,180$ для b_2 . Емпіричні значення статистики t Stat - 13,82 та 2,49 для x_1 та x_2 відповідно. За таблицею розподілу Стьюдента t критичне дорівнює 2,11. Оскільки $13,82 \geq 2,11$, тобто $t_{\text{емпіричне}} \geq t_{\text{критичне}}$, то нульову гіпотезу відкидаємо. З довірчою ймовірністю $p=0,95$ можемо стверджувати, що між середнім місячним доходом населення та обсягом проданих товарів переробної промисловості існує кореляційна залежність. Аналогічно, оскільки, $2,49 \geq 2,11$, тобто $t_{\text{емпіричне}} \geq t_{\text{критичне}}$, то нульову гіпотезу відкидаємо. З довірчою ймовірністю $p=0,95$ можемо стверджувати, що між

витратами на інновації та обсягом проданих товарів переробної промисловості існує кореляційна залежність.

Провівши економетричне дослідження методом множинної регресійної моделі, було встановлено, що між середнім місячним доходом населення, витратами на інновації та обсягами продажів продукції переробної промисловості в Україні існує сильна залежність. При зростанні середніх місячних доходів населення на 1 грн. обсяг торгівлі у даній галузі зростає на 149,081 млн. грн., а при зростанні витрат на інновації на 1 грн - продажі зростають на 17,891 млн. грн.

Автокореляція відсутня. Аж 95,9% варіації обсягів реалізованої продукції переробної промисловості в Україні зумовлено зміною факторних змінних (середнього місячного доходу та витрат на інновації).

З довірчою ймовірністю $p=0,95$ можемо стверджувати, що між факторними та результуючою змінною існує кореляційна залежність. З довірчою ймовірністю $p=0,95$ можемо стверджувати, що модель є адекватною.

Інформаційні джерела

1. Zomchak L., Vdovyn M., Deresh O. Regional Economic Development Indicators Analysis and Forecasting: Panel Data Evidence from Ukraine. The International Conference on Artificial Intelligence and Logistics Engineering. Cham: Springer Nature Switzerland. 2023. P. 217-228

2. Zomchak L. M. Sustainable development of Ukraine as a combination of social, economic and environmental components: structural econometric model of three-pillar approach. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. IOP Publishing. 2023. Vol. 1254. No. 1. P. 012125

3. Зомчак Л. М., Старчевська І. М. Симультивне моделювання залежності економічного зростання та рівня інфляції України. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2022. №1 (105). С. 78-85.

4. Zomchak L., Lapinkova A. Key Interest Rate as a Central Banks Tool of the Monetary Policy Influence on Inflation: The Case of Ukraine. Advances in Intelligent Systems. Computer Science and Digital Economics IV. Cham: Springer Nature Switzerland. 2023. P. 369-379.

5. Zomchak L., Stelmakh A. ARIMA-model of Ukrainian Macroeconomic Indicators Forecasting. Emergence of public development: financial and legal aspects : Collective monograph. Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom. 2019. P. 213-221

6. Офіційний сайт Державної служби статистики. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

УДК 334:330.3

DOI:10.5281/zenodo.11841536

Л.М. Зомчак, канд. екон. наук, доц. (ЛНУ ім. І. Франка, Львів)

Ю.Т. Луцак, здоб. ОС «бакалавр» (ЛНУ ім. І. Франка, Львів)

В.С. Семененко, здоб. ОС «бакалавр» (ЛНУ ім. І. Франка, Львів)

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ КРАЇН СВІТУ ЗА ПЕРСПЕКТИВАМИ ВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Кластеризація країн за рівнем свободи ведення бізнесу може допомогти: оцінити потенційні ринки для розширення або інвестування, порівняти умови ведення бізнесу в різних країнах, вибрати країну з найсприятливішим середовищем для ведення бізнесу, оцінити ризики та потенційну прибутковість інвестицій у різних країнах, розробити політику для покращення умов ведення бізнесу в своїй країні.

Для дослідження підприємництва та економічних процесів застосовують різні групи методів, серед яких виділимо такі: кластерний аналіз [1], панельний аналіз [2], структурне моделювання [3], симульативне моделювання [4], машинне навчання [5] тощо.

Предметною областю, що досліджується, є перспективність і свобода ведення підприємницької діяльності у різних країнах світу.

Для дослідження було зібрано чотири показники: частка безробітних серед працездатного населення; ВВП на одну особу; кількість товариств з обмеженою відповідальністю на 1 тис населення; індекс сприйняття корупції.

Для дослідження було взято дані за 2022 рік [6], оскільки вони є достатньо актуальними і досить доступними для збору.

За результатами кластеризації країн світу за свободою ведення підприємницької діяльності методом к-середніх виділено чотири кластери: до першого та другого кластера увійшло 5 країн, до третього 23, до четвертого 13. Кластеризація не є рівномірною, бо у кожному кластері міститься досить не рівномірна кількість країн (максимум 23, мінімум 5).

Як бачимо за показником Sig. Результатів дисперсійного аналізу (Статистична значимість – основний результат перевірки статистичної гіпотези), для всіх показників існує 1% -ва ймовірність того, що виявлені відмінності носять випадковий характер, а не є властивістю сукупності.

В результаті проведення неієрархічної кластеризації методом К-середніх визначено 4 кластери країн для ведення підприємницької діяльності:

Кластер 1 - Албанія, Боснія і Герцеговина, Марокко, Намібія, Туніс - найнижчий рейтинг.

Кластер 2 - Данія, Ірландія, Люксембург, Нідерланди, Норвегія - найвищий рейтинг.

Кластер 3 - Камерун, Хорватія, Ефіопія, Гана, Індія, Італія, Ямайка, Японія, Киргизька Республіка, Малайзія, Мексика, Молдова, Монголія, Пакистан, Перу, Польща, Сенегал, Сербія, Словацька Республіка, Словенія, Шрі-Ланка, Суринам, Таїланд - низький рейтинг

Кластер 4 - Бельгія, Болгарія, Фінляндія, Грузія, Литва, Мальта, Нова Зеландія, Португалія, Румунія, Іспанія, Швеція, Великобританія, Уругвай - високий рейтинг.

Інформаційні джерела

1. Zomchak L., Drobotii Y. Regional competitiveness: clustering regions of Ukraine. Modern technologies in the development of economy and human well-being: monograph. Publishing House of University of Technology, Katowice. 2020. P. 20-27.

2. Zomchak L., Vdovyn M., Deresh O. Regional Economic Development Indicators Analysis and Forecasting: Panel Data Evidence from Ukraine. The International Conference on Artificial Intelligence and Logistics Engineering. Cham: Springer Nature Switzerland. 2023. P. 217-228

3. Zomchak L. M. Sustainable development of Ukraine as a combination of social, economic and environmental components: structural econometric model of three-pillar approach. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. IOP Publishing. 2023. Vol. 1254. No. 1. P. 012125

4. Зомчак Л. М., Старчевська І. М. Симультивне моделювання залежності економічного зростання та рівня інфляції України. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2022. №1 (105)). С. 78-85.

5. Zomchak L., Melnychuk V. Creditworthiness of Individual Borrowers Forecasting with Machine Learning Methods. In International Conference of Artificial Intelligence, Medical Engineering, Education. Cham: Springer Nature Switzerland. 2022. P. 553-561.

6. Світовий банк : URL: <https://www.worldbank.org/en/programs/entrepreneurship/methodology>

УДК 336.71: 658.8

DOI:10.5281/zenodo.11841995

В.В. Кекух, здоб. ступ. PhD (*KHEU, Київ*)

В.С. Білошапка, канд. екон. наук, доц. (*KHEU, Київ*)

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ПРОДАЖУ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ КОРПОРАТИВНИМ КЛІЄНТАМ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Сьогодні банки вигадують дивовижні та вражаючі способи як залучити клієнтів та зберегти клієнтську базу. У наші дні банки приділяють велику увагу побудові довгострокових відносин зі своїми існуючими клієнтами, особливо, корпоративного сектору.

Маркетинг взаємовідносин стає дуже важливим для банків. Він пов'язаний з виявленням і оцінкою всіх точок дотику з клієнтами і розумінням – коли, як і чого очікують клієнти. Усі техніки та стратегії маркетингу використовуються таким чином, щоб в результаті вони спонукали клієнтів будувати відносини з конкретним банком.

Маркетингові стратегії визначаються як такі, що залежать від цільової спрямованості (популяризація, просування та інтеграція); інтенсивності комерційного процесу та ефекту його впливу (пасивна, активна, інтерактивна); виду маркетингу (концентрований маркетинг, диференційований маркетинг, масовий або недиференційований маркетинг); впливають на споживача (презентаційна, психологічна) [1, с. 453; 2, с. 87]. Можна з упевненістю сказати, що добре продумані маркетингові стратегії дуже важливі для просування банківських продуктів. Маркетинг банківських продуктів – це сукупна функція, яка реалізується при наданні можливості задовольнити потреби клієнта.

Тактика банку включає попередження, класифікацію, реагування та ефективне й професійне задоволення потреб та бажань клієнтів. Основна роль банку в умовах євроінтеграції полягає не тільки в тому, щоб залучати все більше і більше корпоративних клієнтів, але й у тому, щоб зберегти їх за рахунок якісного оперативного обслуговування.

Існують 5 етапів розуміння та осмислення маркетингової концепції: 1) маркетинг як реклама і просування продажу банківського продукту; 2) маркетинг атмосфера у банку; 3) маркетинг як інновація банківських послуг; 4) маркетинг як позиціонування банку; 5) маркетинг як аналіз ринку, планування та контроль у банку.

Можна систематизувати концепції, згідно яких банки здійснюють маркетингову діяльність:

- концепція процесу обслуговування клієнтів;

- концепція розвитку банківської пропозиції;
- концепція продажу банківських продуктів.

Підкреслимо, що у сучасній банківській практиці на тлі євроінтеграційних процесів розвиток прямих та довгострокових відносин із клієнтами є основною метою маркетингу.

Чому так важливо володіти технологіями продажів банківських продуктів? Справа в тому, що продажі – це не стихійний процес, що залежить виключно від удачі. У продажах головне залежить від того, наскільки професійно побудований діалог із клієнтом, які інструменти банк використовує, як працює із запереченнями клієнтів.

Кожен етап роботи з корпоративними клієнтами має свою мету, тож деталізуємо їх:

1. Встановлення контакту – досягти прихильності клієнта, створити доброзичливу атмосферу, «сприятливий» ґрунт для продажу.

2. Виявлення потреб – менеджеру важливо зрозуміти, який продукт найповніше задовольнить потреби клієнта, з'ясувати важливі та найбільш суттєві для клієнта моменти.

3. Презентація банківського продукту – розповісти про найбільш підходящий клієнту продукт зрозумілою мовою, викликати у клієнта бажання скористатися банківським продуктом або послугою.

4. Робота з запереченнями – розвіяти всі сумніви та дати аргументовані відповіді на заперечення клієнта.

5. Завершення угоди – доброзичливо попрощатися з клієнтом, подякувати за співпрацю та запросити прийти знову.

На кожному етапі завдання менеджера банку, в першу чергу, переконатися, що мета поточного етапу досягнута, і лише після цього переходити на наступний етап.

Загалом, ринок збуту банківських продуктів може оцінюватися у трьох основних напрямках: оцінка частки банку на ринку, оцінка ринкової інфраструктури продажів, оцінка еластичності та стабільності продажів. Ці оцінки відіграють важливе значення для визначення позиції банку на ринку і формування стратегії продажів. У свою чергу, оцінка частки, яку посідає банк в результаті реалізації конкретної стратегії продажів, складається з трьох основних пунктів: оцінки попиту, оцінки частки участі банку на ринку збуту; оцінки концентрації ринку продажів.

Важливим елементом організації ефективних продажів банківських продуктів корпоративним клієнтам є планування, контроль продажу та стимулювання персоналу. Найважчим і найважливішим моментом організації продажів є оцінка якості, тобто визначення його ознак, конкретизація вимог до якості та формулювання стандартів

якості банку. При цьому ознаки якості банківського продукту повинні встановлюватись єдиними для всіх підрозділів банку. Ефективність контролю зростає, якщо до офісів продажу попередньо були доведені контрольні показники продажу та прибутку на плановий період.

В умовах євроінтеграції у банків України з'являються нові можливості щодо використання інформаційних та комунікаційних технологій побудови нового рівня відносин із клієнтом. Основна мета нового підходу до роботи з клієнтом – створити єдине інформаційне середовище, що містить максимум інформації про клієнта та роботу підрозділів банку. Впровадження системи побудови персональних комунікацій дозволить банку:

- підвищити лояльність корпоративних клієнтів;
- більш ефективно використовувати роботу персоналу із залучення та утримання корпоративних клієнтів;
- організувати спільну роботу різних служб, націлену на зростання продажів банківських продуктів;
- одержати чіткий механізм прогнозування продажів;
- отримувати коректні дані щодо доходів та собівартості роботи як у розрізі окремих клієнтів, так і у розрізі окремих продуктів банку.

В якості висновку зазначимо, що маркетингові стратегії продажу банківських продуктів мають базуватися на виборі певного сегмента ринку з подальшою розробкою інновацій і комплексу маркетингу. Це дозволяє зосередити увагу на конкретному продуктовому сегменті ринку, полегшує реорганізацію бізнес-процесів банку і створення нових інформаційних ресурсів з урахуванням тенденцій розвитку цифрової економіки та євроінтеграції.

Інформаційні джерела

1. Романенко О.О., Антонюк Д.С. Банківський маркетинг і маркетингова стратегія. Молодий вчений. 2016. № 11 (26). С. 6–10.
2. Міщенко В.І., Науменкова С.В. Особливості маркетингу банківських інновацій в умовах невизначеності та асиметрії інформації. Гроші, фінанси і кредит. 2019. Вип. 46–2. С. 83–89.
3. Стельченко О., Скорик В. Характеристика банківського маркетингу як складника діяльності публічної адміністрації у сфері економіки та фінансів. Підприємство, господарство і право. 2020. Вип. 6. С. 156–161.

УДК 658

DOI:10.5281/zenodo.11842994

О.В. Козирєва, д-р екон. наук, проф. (ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків)
Є.О. Дітковська, здоб. ОС «бакалавр» (ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків)

ДОСЛІДЖЕННЯ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

У сучасному світі, де глобалізація визначає економічні та комерційні взаємовідносини, підприємства мають постійно адаптуватися до змін, щоб зберегти конкурентну перевагу на зовнішніх ринках. Дослідження та удосконалення конкурентної стратегії є не лише необхідністю, але й вирішальним кроком для досягнення успіху в глобальному бізнесі.

Однією з ключових складових успішної конкурентної стратегії є ретельне дослідження зовнішніх ринків. Це означає вивчення особливостей кожного ринку, його потреб, тенденцій, конкурентів та правових норм. На основі цього дослідження підприємство може розробити стратегію, спрямовану на максимізацію вигод від присутності на цих ринках. Висока конкурентоспроможність підприємства є важливою передумовою його стійкого розвитку та прибутковості. Підвищення конкурентоспроможності - це складний процес, що вимагає системного управління та розглядається як послідовна стратегія, здійснювана у відповідності до обраної стратегії розвитку та з урахуванням змін у зовнішньому середовищі [1].

Управління змінами дозволяє організаціям ефективно адаптуватися до змін у середовищі та зберігати свою конкурентну перевагу. Це важлива стратегія, яка допомагає підприємствам досягти стабільності та успіху в умовах постійної зміни [3].

Підвищення конкурентоспроможності підприємства вимагає не лише розробки стратегії, але й ефективного впровадження змін у всі сфери його діяльності. Існують різні методи управління змінами, кожен з яких має свої особливості та можливості для підвищення ефективності підприємства.

Один із методів, орієнтований на людей та культуру організації, сприяє покращенню відносин між членами колективу та підвищенню ефективності роботи групи. Прикладом застосування цього методу є впровадження гнучкого графіку роботи, що сприяє підвищенню мотивації персоналу та покращенню робочого клімату.

Серед сучасних методів управління змінами особливе місце займає реінжиніринг бізнес-процесів. Цей метод передбачає радикальне

перепроєктування бізнес-процесів організації з метою підвищення її конкурентоспроможності [4]. Проект реінжинірингу може включати в себе створення цілком нових процесів, які раніше не існували в компанії. Прикладом успішного застосування цього методу є компанія "Procter&Gamble", яка завдяки реінжинірингу своїх бізнес-процесів досягла значного підвищення ефективності та конкурентоспроможності.

Стратегія диференціації – це важливий інструмент у світі бізнесу, який дозволяє підприємствам виділитися серед конкурентів і зайняти вигідну позицію на ринку [5]. Ця стратегія базується на ретельному вивченні потреб споживачів і створенні продуктів або послуг, які задовольняють їхні очікування краще, ніж існуючі альтернативи.

Стратегія ментального айкідо відкриває нові можливості для компаній, спрямованих на досягнення конкурентної переваги та забезпечення стабільного розвитку в умовах постійної боротьби на ринку. Замість прямої конфронтації з конкурентами, ця стратегія пропонує використовувати їхні сильні сторони для досягнення власних цілей, що дозволяє уникнути витрат на безплідну боротьбу і зосередитися на розвитку власних потенціалів.

Сутність стратегії ментального айкідо полягає в тому, щоб використовувати енергію та ресурси конкурентів не для прямого зіткнення, а для досягнення своїх цілей. Це може означати здійснення спільних проектів або утворення стратегічних альянсів з конкурентами, щоб об'єднати зусилля у вирішенні спільних завдань і виграти на ринку разом [2].

У контексті стратегії ментального айкідо, стратегічні альянси стають важливим інструментом для досягнення успіху на ринку. Вони дозволяють компаніям об'єднати свої сили та ресурси для досягнення спільних цілей, збільшуючи таким чином свою конкурентоспроможність і забезпечуючи стабільний розвиток.

У світі, де конкуренція посилюється кожному мить, мудрість полягає в тому, щоб не лише привертати нових клієнтів, а й зберігати тих, що вже є. Відповідь на цей виклик лежить у використанні систем управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), що стають необхідним інструментом для сучасного бізнесу.

CRM не лише спрощує процеси ведення бізнесу, але і трансформує його, змушуючи підприємства думати і діяти з орієнтацією на клієнта. Ця стратегія, що базується на використанні передових управлінських та інформаційних технологій, ставить за мету не просто здійснення угод, але й побудову довгострокових відносин з клієнтами.

Навіть у світі, насиченому різноманітними CRM-системами, вибір правильного рішення може бути важливим кроком у успішному бізнесі. При цьому, різні компанії можуть знайти свій ідеальний варіант серед широкого спектру доступних платформ, таких як "АмоCRM", "SAP CRM", "Microsoft Dynamics CRM", "Мегаплан" або "Мотив" [6].

Отже, системи управління взаємовідносинами з клієнтами стають не просто інструментом, але і стратегічним партнером сучасного бізнесу. Вони допомагають організаціям зосередитися на потребах своїх клієнтів, забезпечуючи шлях до стабільності, росту та успіху.

Удосконалення конкурентної стратегії підприємства на зовнішніх ринках - це необхідна складова успішного міжнародного бізнесу в умовах постійних змін та конкурентного середовища. Дослідження є ключовим етапом у розробці ефективної стратегії, оскільки воно дозволяє зрозуміти потреби та очікування клієнтів, аналізувати конкурентні переваги та недоліки, а також оцінювати зовнішні та внутрішні фактори, що впливають на бізнес. Удосконалення стратегії ґрунтується на цих дослідженнях і включає в себе визначення чіткої місії та цілей, розробку унікальних пропозицій продажу, вибір оптимальних методів розповсюдження продукції, а також вдосконалення маркетингових ініціатив.

Інформаційні джерела

1. Бондаренко С.М. Конкурентні переваги – унікальні особливості сучасних підприємств. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2017. Вип. 15. Ч. 1. С. 42-45.

2. Єлець О.П. Сутність конкуренції та конкурентоспроможності підприємства. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2016. №1(10). С. 58-64

3. Костюк В. Стратегія формування конкурентних переваг підприємства в сучасних умовах ринку. Галицький економічний вісник. 2019. № 3 (58).

4. Соколова Л. В., Галанов О. Р. Конкурентні переваги підприємства як елемент конкурентної боротьби. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: зб. тез доп. XXX міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD-2022, м. Харків: НТУ «ХПІ». 19-21 жовтня 2022 р. С. 604.

5. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за заг ред. О.Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2019. 470 с.

6. The interstate development of human capital accounting: Assessment and modeling of the economic effect / M. Chyzhevska, S. Sytniakivska, M. Demydova, S. Bebko, P. Puzrova, V. Dovbush, N. Klymenchukova // International Journal of Advanced and Applied Sciences (IJAAAS). 2022. Volume 9, Issue 4 (April). P. 35- 43.

УДК 658.016

DOI:10.5281/zenodo.11843262

В.О. Козуб, канд. екон. наук, доц. (*ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків*)

В.О. Василенко, здоб. ОС «бакалавр» (*ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Харків*)

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ НА ЄВРОПЕЙСЬКИХ РИНКАХ

Сучасний ринок став ареною, де конкуренція між компаніями за увагу споживачів набирає все більшої інтенсивності. Особливе значення в цьому процесі має розроблення та впровадження ефективних маркетингових стратегій, спрямованих на просування продукції. Враховуючи останні геополітичні виклики можна стверджувати, що для України найбільш перспективним з точки зору логістичних, політичних та економічних факторів, є європейський ринок. Дослідження споживчої поведінки стає невід'ємною складовою успішного впровадження будь-яких стратегій просування продукції. Це пов'язано з високою конкуренцією, яка не залишає можливостей тим видам бізнесу, які не враховують справжні потреби або репозиціонують свою продукцію без дослідження реакції споживача.

На європейських ринках, як і у всьому світі, відбуваються постійні зміни у споживчих уподобаннях, що ставить перед компаніями завдання адаптації їхніх маркетингових стратегій до нових умов. Відомо, що успішні маркетингові стратегії на цих ринках базуються на глибокому розумінні споживчої поведінки, дослідження якої містить аналіз уподобань, потреб, цінностей та мотивацій споживачів, а також їхніх реакцій на маркетингові впливи. Саме тому ключовим аспектом успішності стратегій є гнучкість та адаптивність до культурних і економічних умов.

Одним із засобів вивчення споживчої поведінки є застосування методів аналізу даних, таких як опитування, фокус-групи, спостереження, аналіз соціальних медіа (рис. 1). Ці методи дозволяють збирати важливі дані про уподобання та потреби споживачів, що в подальшому можуть бути використані для розроблення персоналізованих маркетингових стратегій.

Уподобання споживачів у Європі є дуже різноманітними через культурні та історичні відмінності між країнами. Наприклад, в країнах з високим рівнем життя може бути більший попит на товари та послуги преміум-класу, тоді як в країнах з нижчим рівнем доходів споживачі можуть бути більш чутливими до цінової доступності. Також існують

регіональні тенденції у споживанні продуктів та послуг, наприклад, вплив погодних умов або традиційних свят [5].

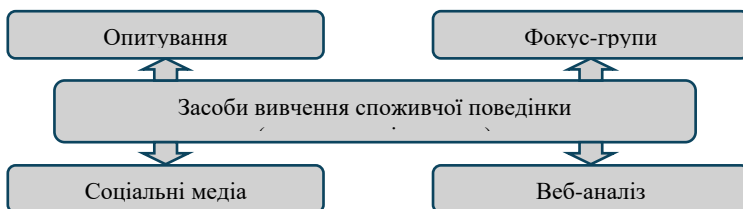


Рисунок 1 - Засоби дослідження реакції споживачів [4]

Вивчення впливу культурних, соціальних та економічних факторів на споживчу поведінку у Європі є доцільним для розроблення ефективних маркетингових стратегій, оскільки вони мають значний вплив на уподобання, потреби та звички споживачів. Культурні чинники включають традиції, цінності та норми, які є основою для формування споживчої поведінки. В Європі культурні відмінності між країнами можуть бути значними через різні історії, мови, релігії та етнічні групи. Наприклад, у країнах Північної Європи може бути більший акцент на індивідуалізм та особисту свободу, тоді як у країнах Південної Європи може переважати більш колективістське мислення. Соціальні чинники впливають на споживчу поведінку через соціальні класи, групову приналежність та соціальні стереотипи. Наприклад, у певних соціальних групах може існувати певний статусний символізм, де споживання певних товарів або послуг може служити індикатором соціального статусу. Економічні чинники, такі як рівень доходу та цінова доступність, також грають важливу роль у споживчій поведінці. Високий рівень доходу може сприяти більшому споживанню та вибору продуктів та послуг вищого класу, тоді як низький рівень доходу може призвести увагу до цінової доступності та більшого розгляду альтернатив [1; 2].

Розглянувши варіанти дослідження реакції та налагодження фідбеку зі сторони клієнта, слід розглянути маркетингові стратегії, що застосовуються для просування власне продукції.

Однією з ключових стратегій є глобалізація, яка полягає в створенні однакового бренду та маркетингового образу для всіх ринків. Ця стратегія дозволяє компаніям економити на рекламних та маркетингових витратах, а також забезпечує споживачам однаковий досвід бренду в усьому світі, це може бути статус надійності, якості, зручності тощо. Проте важливо враховувати регіональні особливості та

культурні відмінності, щоб уникнути негативного сприйняття споживачів [3]. Іншою важливою стратегією є локалізація, яка передбачає адаптацію маркетингових кампаній до місцевих умов, культурних та мовних особливостей. Це може включати зміну рекламних повідомлень, упаковки продукту, навіть назви бренду, щоб краще відповідати потребам та очікуванням місцевих споживачів. Локалізовані стратегії дозволяють підприємствам підсилити зв'язок з місцевими споживачами та зайняти більш міцні позиції на ринку [1].

Одним із визначних прикладів може бути стратегія компанії Apple на ринку Європи, яка створила потужний бренд, що асоціюється з інноваціями, високою якістю та стилем. Їхня успішна стратегія включає в себе розроблення продуктів, які відповідають національним уподобанням та потребам споживачів кожної країни з акцентом на велику кількість дистрибуторів та рекламну кампанію, спрямовану на створення престижу навколо продуктів. Інший приклад – маркетингова стратегія компанії ІКЕА, яка успішно використовує концепцію самообслуговування та низьких цін, що приваблює широке коло споживачів. Їхня стратегія також включає в себе акцент на стильний та функціональний дизайн, що відповідає сучасним тенденціям у споживчому побуті [1].

Отже, успішні маркетингові стратегії просування продукції на європейських ринках базуються на глибокому розумінні споживчої поведінки та урахуванні культурних, соціальних та економічних особливостей кожної країни та регіону. Компанії мають поєднувати глобальність з локальністю, адаптуючи свої стратегії до конкретного контексту кожної країни чи регіону. Тож для розроблення ефективних маркетингових стратегій у Європі доцільно враховувати культурні, соціальні та економічні чинники у плануванні та проведенні маркетингових кампаній з використанням ефективних та інноваційних інструментів маркетингу.

Інформаційні джерела

1. Armstrong, G., & Cunningham, M. H. (2019). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education Limited.
2. Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations* (2nd ed.). Sage Publications.
3. Hollensen, S. (2019). *Global Marketing* (7th ed.). Pearson Education Limited.
4. Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2019). *Consumer Behavior* (11th ed.). Pearson Education Limited.
5. Solomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (12th ed.). Pearson Education Limited.

УДК 330.865:65

DOI:10.5281/zenodo.11843501

І.А. Кораблінова, канд. екон. наук, доц. (ДУІТЗ, Одеса)

ТЕХНОЛОГІЧНІ СТАРТАПИ ЯК РУШІЙНІ ЕЛЕМЕНТИ ЦИФРОВИХ БІЗНЕС-ЕКОСИСТЕМ

За останнє десятиліття майже всі технологічні компанії стали ядром та/або частинами різних бізнес-екосистем, які функціонують за допомогою цифрових платформ, сервісів та рішень, що перетворює їх на цифрові бізнес-екосистеми. У своїх дослідженнях ми розглядаємо цифрові бізнес-екосистеми як одне з нових економічних явищ, яке потребує міждисциплінарного та комплексного вивчення. Наразі актуальним є дослідження окремих її елементів, які лежать в основі її руху. Серед них одне з найважливіших місць займають технологічні стартапи, яким присвячена дана доповідь.

У результаті дослідження [1] було з'ясовано, що «сучасні цифрові екосистеми представляють собою сукупність складних соціально-економічних і технологічних взаємозв'язків і взаємовідносин між всіма її учасниками та атрибутами, кожен з яких, виконуючи певні дії та функції, через комплементарну взаємодію у реальному та цифровому середовищі разом з іншими створює цінності та здійснює вплив у межах своїх компетенцій та призначення таким чином, що продовжує рух системи, змінюючи її кордони, структуру та напрями розвитку».

Роль цифрових екосистем в економіці та бізнесі значно зросла у період активної реалізації концепції цифрової трансформації через необхідність бути на зв'язку з усіма зацікавленими сторонами для своєчасного прийняття рішень різного роду.

Експерти Gartner зазначають, що «компанії, яким вдалося побудувати цифрову екосистему, мають експоненціальне зростання і прибуток на 27–32% вище, ніж у середньому по галузі» [2].

Екосистемний підхід стає джерелом інноваційного розвитку та інструментом подальшої експансії технологічних компаній у різні галузі та країни. На цьому шляху провідні технологічні компанії тісно взаємодіють зі стартапами.

На початку ХХІ століття склалася стійка думка, що стартапи – це новостворені технологічні компанії, які орієнтовані на інновації. Але насправді так є не завжди, про що свідчить практичний досвід фахівців з Y Combinator (США) [3] та альтернативних йому організацій, які займаються венчурним капіталом та прискоренням стартапів в Європі

на кшталт Pitchdrive, Entrepreneur First, Seedcamp, Techstars, Station F, Startup Wise Guys та ін. [4]:

- не кожний стартап є технологічною компанією; слід відрізнити технологічні компанії та компанії, які використовують нові технології;

- існує розповсюджена думка, що стартап – це новостворена компанія, тобто компанія, яка тільки що утворилася; але, те, що компанія була нещодавно заснована, ще не означає, що вона є стартапом;

- часто пов'язують стартап з венчурним фінансуванням, але стартап може мати й інші джерела фінансування;

- у сучасному суспільстві стартап майже завжди асоціюється з інноваціями; але, бізнес-проект, який швидко масштабується по всьому світу може реалізовувати продукти чи послуги, які вже давно відомі за своїм призначенням.

Коли виникає питання, що саме зараз перед нами – стартап чи інший вид бізнес-одиниці, то на практиці єдине, на що звертають увагу експерти – це те, створена ця бізнес-одиниця для швидкого зростання, чи ні. Грем П., який стояв у витоків сучасної бізнес-моделі акселераторів (прискорювачів) стартапів, наголошує, що «стартап – це компанія, яка створена для швидкого розвитку; всі інші асоціації відносно стартапів є результатом зростання» [3].

З прикладами екосистем стартапів в різних країнах можна ознайомитися на сайті нідерландської компанії Dealroom.co, яка створила глобальну платформу даних для аналізу стартапів, інновацій, екосистем та інвестиційних стратегій. У базі є інформація про понад 3 млн компаній з усього світу. За цією базою 1970 стартапів утворюють екосистему стартапів України, яку експерти оцінюють приблизно у 28 млрд євро (станом на весну 2024 року) [5].

Україна є одним з центрів глобальної екосистеми стартапів та є лідером у списку європейських країн, де стартап-індустрія створила більше всього робочих місць на 1 млн євро інвестицій [6]. Крім цього, сотні стартапів засновано українцями за кордоном. На основі вивчення світового досвіду Міністерство цифрової трансформації створило Ukrainian Tech Ecosystem Overview – онлайн платформу для пошуку бізнес-інформації IT-компаній, людей, інвесторів та загалом всієї технологічної екосистеми України. Метою цього проекту є зібрати та структурувати інформацію щодо всієї IT-екосистеми, зокрема, яка стосується університетів, стартап-акселераторів, технохабів та всіх технологічних індустрій, що відкриє нові можливості для ринку та дозволить ефективніше взаємодіяти та розвиватись всім учасникам екосистеми [7].

Україна є світовим R&D центром, входить у топ-30 екосистем світу за версією StartupBlink, займає 4 місце у Східній Європі за кількістю розробників в сервісних ІТ компаніях, 4 місце у світі за рівнем володіння технічними навичками штучного інтелекту згідно з 2-м виданням Global Skills Index від Coursera, 6 місце за активність програмістів відповідно до версії TopCoder, 8 місце у рейтингу найкращих програмістів за версією SkillValue, 1 місце серед європейських країн за кількістю випускників технічних закладів освіти. В Україні до воєнного часу було близько 240 тис технічних спеціалістів. ІТ-освіту забезпечує велика кількість закладів освіти, які випускали майже 130 000 інженерних спеціалістів щороку [8]. Через розвиток стартап-екосистеми, яка тісно взаємопов'язана з провідними технологічними компаніями та університетами, відбувається інтеграція до глобальної цифрової бізнес-екосистеми.

Подальші дослідження цього феномену можуть бути пов'язані з вивченням практичного досвіду впровадження акселераторських програм в університетах, які, наприклад, в Європі вже відіграють важливу роль у розвитку та зміцненні екосистеми стартапів (Copenhagen Business School, ESADE Business School, DELFT University, Bocconi, Politecnico di Milano, University of Stuttgart) [9].

Інформаційні джерела

1. Кораблінова І.А., Ганжа К.С. Цифрові екосистеми у міжнародному технологічному бізнесі. *Економіка. Фінанси. Право*. № 12. 2023. С. 38-43. DOI: <https://doi.org/10.37634/efp.2023.12.8>.
2. Joshi M. 4 Lessons From Land O'Lakes on Building a Digital Ecosystem. Gartner. 2022. URL: <https://www.gartner.com/en/articles/4-lessons-from-land-o-lakes-on-building-a-digital-ecosystem>.
3. Wijngaarde Y. What is a startup? *Dealroom.co*. 2021. URL: <https://dealroom.co/blog/what-is-a-startup>.
4. Geldermans L. Top European Alternatives for YCombinator in 2023. *Pitchdrive Academy*. 2023. URL: <https://www.pitchdrive.com/academy/top-european-alternatives-for-ycombinator-in-2023>.
5. Explore the Ukraine Startup Ecosystem. *Dealroom.co*. URL: <https://ukraine.dealroom.co/intro-curated-content>.
6. Dealroom report “Central and Eastern European Startups – 2024”. URL: <https://dealroom.co/reports/central-and-eastern-european-startups-2024>.
7. Ukrainian Tech Ecosystem Overview. URL: <https://uatechecosystem.com/>.
8. Ukraine: Europe's biggest Tech country. URL: https://uatechecosystem.com/everything_is_techable_with_ukraine.
9. 10 top-tier European university accelerator programmes. URL: <https://www.eu-startups.com/2022/09/10-top-tier-european-university-accelerator-programmes/>.

УДК 339.9.012.23

DOI:10.5281/zenodo.11843696

І.В. Кочнова, ст. викл. (НУ«ЗП», Запоріжжя)

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ БРЕНДІВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Створення та використання глобальних брендів передбачає їхню уніфікацію на різних ринках. Серед очевидних переваг глобального бренду – компенсація витрат на адаптацію комплексу маркетингу до умов конкретного ринку. Глобальні бренди спрямовані задоволення глобальних, універсальних потреб. Імідж бренду відбиває глобальні потреби.

При формуванні міжнародної стратегії створення бренду дуже важливо вирішити, які аналогічні, схожі властивості різних країн можуть сприяти глобалізації бренду, а які відмінності здатні цьому перешкодити.

Щоб забезпечити прибутковість та зростання бренду, компанії необхідно намацати баланс між глобальною ефективністю та результативністю в регіонах, між єдиною глобальною маркетинговою компанією та необхідністю враховувати особливості місцевої культури.

Наприклад, Coca-Cola робить універсальну привабливу пропозицію для всіх людей у світі – освіжитися та відчути себе краще, але при цьому й самі пропоновані товари та упаковку компанія розробляє під конкретний регіон [1].

Щороку дослідницька група Kantar BrandZ ранжує компанії на основі їх «цінності бренду». Загальна вартість сотні найдорожчих брендів за рік зменшилася на 20% порівняно з 2022 роком – з 8,7 трлн до 6,9 трлн. Apple продовжує лідирувати як найдорожчий бренд у світі другий рік поспіль. Google і Microsoft завершують трійку лідерів, причому технологічні бренди знову найбільше представлені в топ-100 і мають найбільшу частку вартості бренду. Загалом, брендам категорії розкоші, а також фаст-фуду та продуктів харчування та напоїв вдалося зберегти максимальну частку своєї ціни. Результати цього року, незважаючи на падіння сукупної вартості, фактично продовжують довгострокову тенденцію зростання брендів, яка розпочалася після світової фінансової кризи 2008 року та тривала до початку пандемії у 2020 році. Ринок виявився нестабільним і на нього сильно вплинула глобальна макроекономіка, але погляди споживачів на бренди виявилися набагато стабільнішими – найцінніші бренди у світі залишаються такими ж цінними, як і раніше. Споживачі дедалі частіше шукають компанії, які сприяють екологічним і соціальним рішенням,

про що свідчить зростання на 31% найвищих брендів сталого розвитку Kantar BrandZ у 2021 році – порівняно з 23% для 100 брендів [2].

За підрахунками агенції MPP Consulting, проведеними на замовлення NV, сукупна вартість ТОП-50 найдорожчих вітчизняних брендів складає \$2,4 млрд. У 2024 році список ТОП-10 найдорожчих торгових марок України виглядає ось так:

- на вершині піраміди знаходиться «Нова Пошта», вартість якої оцінюється у \$192 млн. Ця компанія не лише зміцнила свої позиції як лідера логістичного сервісу, а й продовжує інноваційний розвиток, встановлюючи нові стандарти доставки;

- зовсім трохи відстає мережа супермаркетів «АТБ» з оцінкою у \$185 млн. Вони процвітають завдяки своєму наполегливому прагненню задовольняти потреби покупців і впровадженню ефективної цінової політики;

- державний ПриватБанк, оцінений у \$156 млн, продовжує бути фінансовою опорою для мільйонів українців, пропонуючи широкий спектр банківських послуг і зберігаючи високу репутацію на ринку;

- онлайн-ритейлер Rozetka, з оцінкою у \$143 млн, є флагманом електронної комерції в Україні, пропонуючи безліч товарів і безперервно покращуючи свій клієнтський сервіс;

- «Київстар», телеком-оператор з оцінкою у \$85,5 млн, продовжує тримати пальму першості на ринку мобільного зв'язку, пропонуючи надійність і новітні технології своїм користувачам;

- торгові марки горілки «Хортиця» з оцінкою у \$77 млн і Nemiroff з оцінкою у \$65 млн є визнаними символами української горілчаної індустрії, підтримуючи високу якість продукції та експортні позиції;

- завершує список мережа магазинів «Сільпо» з оцінкою у \$45,6 млн, яка відзначається своєю унікальною концепцією та індивідуальним підходом до кожного магазину.

Ці бренди не лише формують обличчя української економіки, а й є дзеркалом культурних переваг та потреб споживачів. Вони продовжують інвестувати в свій розвиток, технології та інновації, що дозволяє їм займати лідируючі позиції в рейтингу найдорожчих торгових марок України [3].

Питання виходу вітчизняних брендів на глобальний ринок є досить актуальним, оскільки для підвищення рівня конкурентоспроможності на глобальному рівні бізнес, орієнтований на експорт, повинен функціонувати під власним брендом. Встановлено, що основними проблемами для українського бізнесу на світовому ринку є такі: несприйняття українських брендів зарубіжними споживачами; неготовність деяких брендів до сертифікації та

стандартизації; відсутність підтримки брендів на споживчому рівні, тому що супровід товару здійснюється лише до рівня дистриб'юторів; відсутність реально діючої підтримки експортерів на державному рівні.

У майбутньому світова економічна система стане ще складнішою, а вимоги глобального ринку зростатимуть. Завдання міжнародного маркетингу стануть диверсифікованішими як товарно, так і географічно, що матиме такі наслідки для глобального брендингу.

По-перше, якщо раніше транснаціональні корпорації виходили на ринки країн, що розвиваються, і були впевнені, що їхня продукція матиме попит, то сьогодні такі надії не завжди виправдовуються. Зараз глобальним брендам необхідно ставати частиною національної культури країни, що приймає, «розмовляти зі споживачем його мовою».

По-друге, гомогенізація споживчих уподобань зумовлює подальше поширення товарів глобальної природи, що продаються під глобальними брендами.

По-третє, існують товари, які не мають глобальної природи та потребують адаптації. Однак у цьому випадку транснаціональні корпорації будуть використовувати регіональну локалізацію брендів, знаходячи схожі культурні елементи у країнах того чи іншого регіону.

По-четверте, бренди створюються на перехресті двох культур: культури людей, які купують цей бренд, та культури організації, що його просуває. Якщо ці дві культури скоординовані, побудувати взаємозв'язок між брендом і споживачем досить легко. Таким чином глобальні бренди стануть елементом глобальної культури.

Використовуючи штучний інтелект, ви можете вийти на абсолютно новий рівень спілкування з клієнтами та зробити їх лояльними до вашого бренду.

Інформаційні джерела

1. Sweet Factory. URL: <https://sweet-factory.com.ua/ua/p1855461249-coca-cola-original.html>.
2. BrandZ Топ-100 найсвітовіших брендів | 2023 год. URL: https://www-rankingthebrands-com.translate.google/The-Brand-Rankings.aspx?rankingID=6&year=1451&_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc
3. Лідери вартості: ТОП-50 найдорожчих брендів України у 2024 році. URL: <https://money.comments.ua/ua/article/economy/lideri-vartosti-top-50-naydorozhchih-brendiv-ukraini-u-2024-roci-731197.html>.

УДК 658.8.012.45:339.137

DOI:10.5281/zenodo.11846168

С.Ю. Кулакова, канд. екон. наук, доц. (НУІІП, Полтава)

Я.А. Красун, здоб. ОС «магістр» (НУІІП, Полтава)

Д.В. Тетерюк, здоб. ОС «магістр» (НУІІП, Полтава)

РОЛЬ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ТОВАРІВ НА ЄВРОПЕЙСЬКИХ РИНКАХ

В епоху цифрових технологій і глобалізації українські компанії стикаються з новими викликами та можливостями на європейських ринках.

Цифровий маркетинг став не просто трендом, а необхідним інструментом для виживання і процвітання на конкурентних ринках. Це дослідження розкриває питання використання цифрового маркетингу українськими компаніями для підвищення своєї конкурентоспроможності в Європі, надаючи реальні кейси успіху та конкретні рекомендації.

Цифровий маркетинг в Україні, хоч і відстає від західних країн, проте досить швидко розвивається. За даними PwC (міжнародна мережа компаній, що пропонує професійні послуги у сфері менеджмент-консалтингу та аудиту), 60% українських компаній активно використовують цифрові інструменти, але ще мають простір для вдосконалення. Це створює велику можливість для українських підприємств, які прагнуть освоїти європейські ринки [1].

SEO (пошукова оптимізація) та PPC (оплата за клік) реклама є фундаментальними інструментами цифрового маркетингу. Розглянемо приклад «Rozetka», провідного українського онлайн-ретейлера.

Вихід на польський та німецький ринки був би значно складнішим без стратегічного підходу до SEO та PPC. Компанія змогла підвищити свою видимість у пошукових системах на 30%, що безпосередньо вплинуло на зростання трафіку і продажів [3].

SEO дозволяє компаніям органічно залучати клієнтів за рахунок підвищення видимості у пошукових системах. Використання релевантних ключових слів, створення якісного контенту та оптимізація сайту під вимоги пошукових алгоритмів допомагають підвищити позиції сайту у результатах пошуку.

PPC-реклама, з іншого боку, дозволяє швидко залучити цільову аудиторію за рахунок таргетованих рекламних оголошень. Ці дві

стратегії, працюючи в тандемі, можуть значно підвищити впізнаваність бренду та обсяги продажів [2].

Соціальні мережі стали потужним інструментом взаємодії з клієнтами. Компанія «АВК» використовує Facebook та Instagram для просування своєї продукції, орієнтуючись на європейську аудиторію. Вони створюють контент, який резонує з місцевими споживачами, що допомогло збільшити обсяги продажів на 25% за рік. Це демонструє, як правильно вибудована стратегія SMM може підняти бренд на новий рівень [4].

Соціальні мережі дозволяють будувати більш особисті та емоційні зв'язки зі своєю аудиторією. Використовуючи візуальний контент, відео та інтерактивні елементи, компанія створює залучення та лояльність до бренду. Крім того, швидка реакція на відгуки клієнтів підвищує їхню задоволеність та довіру до бренду.

Електронна пошта залишається потужним інструментом для утримання клієнтів. "Нова пошта" впровадила персоналізовані email-кампанії, що підвищило повторні замовлення на 15%. Це приклад того, як правильне використання email-маркетингу може зміцнити зв'язки з клієнтами та підвищити їх лояльність [5].

Персоналізовані email-кампанії дають можливість пропонувати клієнтам саме те, що вони хочуть, в потрібний час. Використовуючи дані про поведінку клієнтів та їхні уподобання, компанія створює цільові пропозиції, які підвищують ймовірність повторних покупок.

Автоматизація email-маркетингу також дозволяє зекономити час та ресурси, забезпечуючи постійну комунікацію з клієнтами без додаткових зусиль.

Контент-маркетинг допомагає залучити та інформувати споживачів. Український стартап «Petcube» створює високоякісний контент для блогу та соціальних мереж, що дозволило їм розширити свою присутність на європейських ринках. Завдяки цьому, їх продажі зросли на 40% за два роки. Це доводить, що контент, який надає цінну інформацію та розважає, може ефективно привернути увагу нових клієнтів і утримати існуючих [6].

Створення контенту, який відповідає інтересам та потребам цільової аудиторії, допомагає будувати довіру до бренду та позиціонувати компанію як експерта у своїй галузі. Регулярний випуск якісного контенту також покращує SEO-показники, що сприяє зростанню органічного трафіку. Крім того, контент-маркетинг дозволяє будувати довгострокові відносини з клієнтами, залучаючи їх на різних етапах покупки.

Аналітика великих даних дозволяє компаніям глибше розуміти споживчі потреби і поведінку. «SoftServe» використовує ці інструменти для персоналізації маркетингових кампаній. Завдяки цьому вони змогли підвищити ефективність своїх маркетингових зусиль на 20%, що показує важливість аналітичного підходу в сучасному маркетингу [7].

Використання аналітичних інструментів дозволяє компаніям збирати та аналізувати величезні обсяги даних, що надає глибокі інсайти про поведінку та уподобання клієнтів.

Це допомагає адаптувати свої маркетингові стратегії до потреб ринку, підвищуючи ефективність рекламних кампаній та оптимізуючи маркетингові бюджети. Крім того, аналітика даних дозволяє відстежувати ефективність маркетингових активностей у режимі реального часу, що дозволяє швидко вносити корективи та покращувати результати.

Цифровий маркетинг надає потужні інструменти для підвищення конкурентоспроможності українських товарів на європейських ринках. Використання ефективних стратегій та інструментів, таких як SEO, PPC, SMM, email-маркетинг та контент-маркетинг, а також аналітика великих даних, допоможе українським компаніям значно покращити свої позиції на міжнародних ринках.

Реальні кейси успіху демонструють, що правильно вибудована стратегія цифрового маркетингу може стати ключовим фактором у досягненні бізнес-цілей на європейських ринках.

Інформаційні джерела

1. Офіційний сайт PwC Україна. URL: <https://www.pwc.com/ua/uk.html>
2. Суворова, С.Г., і Ю.М. Карпенко. 2023. Вплив цифрового маркетингу на підвищення конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу. Економічний простір, вип. 184 (Квітень), 164-68. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/184-29>.
3. Офіційний сайт «Rozetka». URL: <https://rozetka.com.ua/ua/pages/about/>
4. Офіційний сайт «ABK». URL: <https://www.avk.ua/ua/uk/company/about>
5. Офіційний сайт «Нова пошта». URL: https://novaposhta.ua/o_kompanii/nova_poshta_u_sviti
6. Офіційний сайт «Petcube». URL: <https://petcube.com/about-us/>
7. Офіційний сайт «SoftServe». URL: <https://www.softserveinc.com/uk-ua/about-us>

УДК 6659.126: 658.012

DOI:10.5281/zenodo.11846340

С.Ю. Кулакова, канд. екон. наук, доц. (НУІІІ, Полтава)

О.М. Житник, здоб. ОС «магістр» (НУІІІ, Полтава)

БРЕНДИНГ ЯК СУЧАСНА МАРКЕТИНГОВА ТЕХНОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Усі компанії прагнуть зайняти вигідне положення на ринку і таким чином максимізувати прибуток. Із цієї думки випливає, що підприємства неодмінно мусять спрямовувати свої зусилля на встановлення потреб цільових та потенційних споживачів та їх подальше задоволення. При цьому повноцінним брендом продукція стає лише після взаємодії з непомітними психологічними чинниками, що дозволяє їй продовжувати існувати у свідомості покупців.

Конкурентоспроможність підприємства, у найзагальнішому розумінні, відображає його здатність задовольняти потреби споживачів і володіти при цьому найкращими конкурентними перевагами. Важливим аспектом досягнення високого рівня конкурентоспроможності, особливо якщо мова йде про позиціонування компанії на європейському ринку, є чітко продумана маркетингова політика. Відтак, підприємствам як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку, необхідно знаходити ефективні інструменти та технології реалізації останньої.

Сьогодні неможливо нехтувати швидкістю розгортання діджиталізації усіх сфер народного господарства. Сучасні споживачі все частіше роблять вибір на користь певного товару саме завдяки результатам візуальних та маркетингових напрацювань фахівців компанії. Бренд є коштовним нематеріальним активом, який характеризується властивістю переконання лояльних до нього споживачів у їх виборі. Загалом бренд являє собою унікальну систему із трьох основних складових елементів: чуттєві (фізичні), раціональні та емоційні компоненти [1, с. 36-37]. До числа головних переваг існування бренду фірми доцільно віднести наступне: забезпечення додаткового приросту доходу; спрощення процедури виробу товару для споживачів; формування нерозривного ланцюгу ідентифікації фірми-товаровиробника та її продукції; полегшення процесу проникнення на нові ринки зі свіжим асортиментом товарів; встановлення міцного емоційного зв'язку зі споживачами [2]. Закцентуємо також увагу на факті відсутності поняття «бренд» у юридичному полі. У той же час

юридично окресленим є поняття «торгова марка». Із її допомогою визначають ім'я та логотип компанії, які поєднують у собі різноманітні цифри, літери, художні елементи, комбінації кольорів тощо.

Для кращого розуміння сутності бренду як ефективної сучасної маркетингової технології забезпечення конкурентоспроможності підприємства зазначимо його основні аспекти. До переліку останніх включають механізми диференціації товарів та відповідної сегментації ринку, бренд-імідж, бренд як засіб прямої комунікації зі споживачами, бренд як інструмент індивідуалізації продуктів підприємства, систему підтримки ідентичності (впізнаваності), елемент корпоративної культури фірми, концепція капіталу бренду [3, с. 224-225].

Досить цікавою, на нашу думку, є модель 4D-брендингу, сформована Томасом Гедом. Так, фахівець охарактеризував спосіб виміряти та спланувати сприйняття бренду свідомістю покупця або потенційного споживача для графічного зображення розумового поля даного бренду. Томас Гед стверджував, що формування бренду з точки зору споживачів відбувається на основі чотирьох «вимірювань»:

- функціональна категорія. Вона надає характеристику сприйнятій користі продукту або послуги;
- соціальна категорія. Дозволяє ідентифікувати себе з групою;
- ментальна категорія. Цей вимір описує здатність надавати конкретній людині ментальну підтримку;
- духовна категорія, яка пов'язана зі сприйняттям глобальної або локальної відповідальності.

Таким чином, на думку Геда, функціональний, соціальний, ментальний і духовний аспекти створюють базу для розуміння справжньої сутності і майбутнього потенціалу бренду. До того ж будь-який бренд не існує тільки в одному з названих вимірі. Складність полягає у визначенні точок перетину даних категорій. У свою чергу спосіб представити бренд у всіх чотирьох аспектах становить собою так зване «розумове поле бренду» [4, с.40].

У наш час європейський ринок будь-якої галузі характеризується у першу чергу динамічністю, що посилює необхідність застосування різноманітних маркетингових інструментів для формування бренду компанії, і посилення тим самим загальної конкурентоспроможності підприємства. При цьому доцільно розуміти, що бренд-менеджмент потрібно розвивати на усіх рівнях підприємницької діяльності. Адже бренд окремо взятого продукту є складовою частиною бренду компанії. У свою чергу сукупність брендів усіх компаній різних галузей економіки становлять собою загальний імідж держави. І як певна закономірність збільшення числа сильних брендів вітчизняних

підприємств та їх ефективне просування у європейському просторі сприяє зміцненню позиції бренду України й посиленню її конкурентоспроможності [5, с. 149-150].

У цілому бренд-менеджмент становить собою багатоаспектну діяльність пов'язану з управлінням брендом, націлену на його позиціонування, підтримку взаємодії зі споживачами та забезпечення реалізації стратегічних цілей компанії. Брендінг розпочинається задовго до появи самої продукції на ринку, а його тривалість може складати декілька років. Інвестування коштів у бренд-менеджмент вважається виправданим лише за умови, що продукція, яку виготовляє підприємство, є високоякісною та конкурентоспроможною на досліджуваному ринку. Тобто, якщо продукт сам по собі має гарантовану стабільну якість, то і концепція бренду компанії зможе здійснювати вплив на свідомість споживачів [2].

Отже, можемо резюмувати, що першочерговим завданням бренду є формування точного розуміння інструментів за допомогою котрих брендінг посилює позиціонування продукції на ринку, відображає споживацькі вподобання, створює нові конкурентні переваги товару та підвищує загальний рівень конкурентоспроможності підприємства.

Інформаційні джерела

1. Потапук І.П., Дмитренко А.Р., Щербакова Ю.О. Теоретичні аспекти брендінгу у маркетинговій діяльності підприємства. Приазовський економічний вісник. 2022. Вип. 3(32). С. 36-40. DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2022-3-7> (дата звернення: 29.05.2024)

2. Волхонський А.С. Особливості формування бренду підприємств як фактору підвищення їх конкурентоспроможності. Економіка та суспільство. 2023. Вип. 54. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-93> (дата звернення: 29.05.2024)

3. Драчевський М. С., Семененко О. Д., Пашенко Д. С. Брендінг як фактор підвищення конкурентоспроможності діяльності підприємства. Вісник студентського наукового товариства. 2019. Вип. 2. С. 223-226. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/18032> (дата звернення: 29.05.2024)

4. Вартанова О.В., Король І.В. Брендінг як сучасна маркетингова технологія. Збірник наук. праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2019. Вип. 53. С. 36-42. URL: <https://eb-chstu.com.ua/uk/journals/tom-20-2-2019> (дата звернення: 29.05.2024)

5. Kulakova S. Конкурентоспроможність як основний чинник розвитку підприємства в сучасних умовах / S. Kulakova, O. Zhytnyk, A. Nesterenko, N. Romanovska // Науковий журнал «Економіка і регіон». Полтава: ПНТУ, 2023. Т. 4(91). С. 146-152. Doi: [https://doi.org/10.26906/EiR.2023.4\(91\).3205](https://doi.org/10.26906/EiR.2023.4(91).3205)

УДК 339.727.22:574(477)

DOI:10.5281/zenodo.11846421

О.А. Кулініч, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

Т.В. Андросова, канд. екон. наук, проф. (ДБТУ, Харків)

ПРИВАБЛИВІСТЬ СТАРТАП-ЕКОСИСТЕМИ УКРАЇНИ ДЛЯ СВІТОВИХ ІНВЕСТОРИВ

Незважаючи на численні проблеми економіки, галузь розвитку інновацій у підприємстві України демонструє позитивний розвиток. Вітчизняний ринок ІТ з 2015 року виріс удвічі, причому темпи зростання довгий час не сповільнювалися. Так, за підсумками 2018 року ІТ-сектор в Україні зріс на 19%, за 2019 рік зростання спостерігалось у розмірі 22%. До 2021 року експорт комп'ютерних послуг збільшувався приблизно на 26,8%, а за 2022 рік українські ІТ-компанії забезпечили державі близько 44% від усього експорту послуг. Проте вже у 2023 році прибутки від ІТ-послуг значно знизилися і принесли на 223 мільйони дол менше. З 2024 року динаміка більш позитивна і деякі експерти прогнозують близько 6% зростання галузі на майбутнє. Ситуація залежить від того, як швидко закінчиться війна, щоб можливо було створити сприятливий інвестиційний клімат, в тому числі і для сектору розвитку стартапів[1, с. 125; 2; 3].

Основна мета побудови стартап-екосистеми України – стимулювання росту і розвитку підприємницьких екосистем не тільки в нашій країні, а і в країнах-партнерах через розширення можливостей зацікавлених сторін.

Оцінка поточного стану стартап-екосистеми України демонструє нарощування потенціалу у фінансуванні, отриманні знань, розширенні ринку та доступу до ресурсів і засобів інших країн.

Дослідження 60 українських засновників стартапів, які колективно збрали 35 мільйонів доларів, відображає значний оптимізм щодо переходу України до нової економіки, що ґрунтується на технологіях. Більшість з них погоджуються із твердженням, що сучасні трансформації в підприємницьких екосистемах роблять Україну “привабливим місцем для запуску та скейлінгу стартапів”.

В нелегких умовах сьогодення 82% стартапів зберігають усю команду засновників в Україні, незважаючи на те, що половина з них має юридичну особу за її межами. Відображаючи глибину кадрового резерву, 100% респондентів базують свої основні команди розробників в Україні, тоді як команди, що розміщуються за кордоном, зазвичай зосереджуються на продажах, маркетингу та фінансах [2, с. 308].

Серед трьох основних причин, за яких засновники залишаються в Україні, можна виділити наступне: дешевий та кваліфікований пул талантів (36%), можливості для зростання в Україні та можливості всередині української стартап-екосистеми (33%), а також їхня основна орієнтація на український ринок (23 %).

Інноваційні стартапи у сфері глибоких технологій привертають найбільшу увагу українських фаундерів. Найпопулярнішими технологіями є штучний інтелект і машинне навчання, які складають 37%, великі бази даних приваблюють 22%, за ними йдуть hardware (15%) та Internet of Things (11%).

Дослідження науковців Корнельського університету доводять, що інтерес до українських стартапів серед найбільших інвесторів світу зростає рік у рік, Andreessen Horowitz, 500 Startups, Techstars та Y Combinator, серед інших, роблять значні інвестиції. У світлі національного фокусу на нові технології, включаючи Ukrainian Startup Fund, спонсором якого є держава, Україна готова стати одним із провідних світових технологічних новаторів.

Україні вдалося зберегти сильний науковий потенціал на базі висококваліфікованих програмістів, проте, якщо говорити про запуск та розвиток стартапів, фаундери стикаються із низкою проблем. Багато українських стартапів змушені орієнтуватися на захід і шукати фінансування за кордоном, оскільки можливості залучити фінансування до проекту в Україні поки що не такі масштабні, як на Заході. Крім того, багато українських програмістів знаходять роботу за кордоном і свій проект намагаються запустити і розвинути саме там. Однак і тут є винятки та яскраві історії повернення до країни.

На сьогодні спостерігається тенденція зростання стартапів на етапі pre-seed, seed та пізніших стадій, які можуть зібрати мільйони доларів, не виїжджаючи з України. Платформа знаходиться на початковій стадії, але в міру розвитку екосистеми України, стартапам, що знаходяться на різних стадіях фінансування, більше не потрібно буде переїжджати до Сполучених Штатів або інших розвинутих країн для розвитку свого бізнесу.

Українські засновники стартапів, що зібрали по 1,5 мільйона доларів, погоджуються з тим, що середовище для збирання коштів останнім часом покращується. Вони зауважують, що робота в США або інших країнах не дає жодних переваг, але передбачає більш високі витрати.

World Economic Forum включає Україну в топ 4% за темпами зростання інноваційних компаній, де наша країна прагне потрапити до перші сходинок у світі за вкладом у науку та технології. За словами Ч.

Уайтхеда, професора і засновника еб Business Incubators, “якщо подивитися на країни з ринковою економікою, що формується на пізніх стадіях, при оцінці результатів і продуктивності інновацій порівняно з інноваціями, що вводяться на ринок, то Україна сьогодні має можливості потрапити до найкращих. Вона готова до зростання. Це Ізраїль 30 років тому або Сіліконова долина 40 років”.

Ще декілька років тому стартапи в Україні не мали такої підтримки, а сьогодні Україна демонструє виключні унікальні проекти і такі, що ось-ось стануть такими. Наприклад, Grammarly – онлайн-сервіс на основі штучного інтелекту з перевірки грамотності англomовних текстів (1 млрд дол. інвестицій), GitLab – онлайн-сервіс для розробників, який дозволяє їм працювати із загальним кодом та його версіями з різних точок світу (2,7 млрд дол), People.ai – програма, вивчивши роботу конкретного менеджера, створює йому індивідуальні рекомендації, як знайти нових клієнтів і укласти більше угод (500 млн дол), PetCube – камера з лазерною указкою, завдяки якій можна дистанційно, через Інтернет, грати зі своїм домашнім улюбленцем (наприклад, якщо сусіди скаржаться на гавкіт собаки без господаря будинку) (14 млн дол), Hushme – прилад, який робить розмови по телефону нечутними для оточуючих: з включеною гарнітурою розмову не буде чути навіть тим, хто знаходиться за метр (8 млн дол), Cardiomo – пристрій кріпиться в районі серця, постійно реєструє та обробляє електрокардіограму (бачить відхилення від норми, надсилає повідомлення, що користувачу потрібно звернутися за медичною допомогою (395 тис євро) та ін..

Все вище зазначене дозволяє відмітити зсув України у бік готовності до зростання та констатує стрімкий початок формування національної стартап-екосистеми. Однак в цілому сектор стартапів залишається недооціненим та недофінансованим, таким, що потребує значного розширення спільноти світових інвесторів.

Інформаційні джерела

1. Андросова Т.В., Кулініч О.А., Помінова І.І., Федоренко Н.М. Місце цифрової економіки в загальній системі сучасних господарських відносин. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць ХДУХТ. Харків. 2021. С. 118-132

2. Методологія керування бізнесом в умовах цифровізації: монографія /А.П. Гринько, П.Л. Гринько, Н.Г. Ушакова, Т.В. Андросова, О.А. Кулініч, І.І. Помінова. Х.: МОНОГРАФ, 2022. 199 с.

3. IT 2023: що насправді відбувається з вітчизняним ринком URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3692904-it-2023-so-naspravdi-vidbuvaetsa-z-vitciznanim-rinkom.html>

УДК 339.564

DOI:10.5281/zenodo.11846996

О.С. Максєв, асист. (ДБТУ, Харків)

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИХОДУ НА ЄВРОПЕЙСЬКІ РИНКИ

Логістичні витрати виходу українського ритейлера на європейські ринки мають значну складову у вартості такого проєкту [1]. Саме високі витрати виходу на міжнародні ринки виступають обмежувальним чинником експансії для переважної більшості компаній. Цифрова революція створила нові можливості для розвитку бізнесу.

Якщо сайт ритейлера і всі елементи маркетингу добре локалізовані під окремо взятий ринок, то користувач-клієнт розглядатиме підприємство як локального продавця і це призведе до повної адаптації на новому ринку. Так, адаптуючи сайт під особливості різних ринків підприємство стане глобальним. Така позиція дає переваги у переговорах з партнерами щодо закупівлі товару, розробки сайту, роботи з рекламними агентствами, інвесторами тощо.

У випадку коли елементи маркетингу налагоджені, налаштовані і добре працює в одній країні, то кількість завдань для менеджерів що проводять євроінтеграцію знижуються і зводяться до підтримки побудованих структур.

Найбільш вигідно підприємствам виходити на нові ринки за допомогою пошукового та партнерського маркетингу. Пошукова оптимізація під країни Євросоюзу займає багато часу, терміни варіюються від 6 до 12 місяців, і тільки після цього сайт почне ранжуватися в пошукових системах потрібної країни за ключовими словами. Чим раніше почати оптимізацію сайту для країн Європи, тим швидше можна побачити перші результати у вигляді доходу. Також перші результати можуть бути у вигляді відвідувачів сайту, навіть тих, що не здійснили покупку.

Як показує практика, коли кількість відвідувачів та покупців зростає – витрати на цей канал просування відсоткове зменшуються (у перерахунку на 1 покупця), це дає перевагу на ринку для оптимізації інших каналів просування та маркетинг-міксу. Головне правило інтеграції, при скоєнні будь-якого бізнес-процесу – це «online first», тобто все впроваджується та випробовується спочатку в он-лайн режимі і тільки після такої апробації проєктується у бізнес. Звичайно, таке правило має використовуватися тільки на нових ринках та не

використовуватись на базовому. Якщо запускати напів-готові сайти та продукти на базовий ринок – це може позначитися негативно на вихідному ринку, проте для нових ринків це не великий ризик.

Після запуску в режимі он-лайн треба починати локалізацію. Навіть якщо сайт, сервіс чи продукт не повністю підготовлений для нового ринку, нічого страшного в цьому немає. Та невелика кількість відвідувачів, які побачать не повністю готовий ресурс сьогодні – за півроку-рік (коли сайт буде в топах пошукових систем та маркетингових каналів) відвідувачі сприйматимуть його як серйозний бізнес-проект, а, звісно, ступінь довіри буде високий.

Цей ефект називається маркетинг-туман який полягає в тому, що людина за місяць-два забуває на яких сайтах була або що робила он-лайн, звичайно йдеться це не про негативний досвід і дуже поганий сервіс.

У різних країнах і на різних ринках різна конкурентна ситуація і тому виникає друге правило: «take low hanging fruits first», тобто в першу чергу треба виходити на доступніші ринки з меншою конкуренцією, а щоб виявити їх потрібно проводити якісний конкурентний аналіз. Чим ширше мережа збуту в окремо взятій країні на неконкурентних ринках, тим більше можливість рухатися далі (як з фінансової точки зору, так і організації роботи підприємства та праці).

Для виходу на нові ринки можна використовувати усі ті схеми, які вже впроваджено на базовому, домашньому ринку. У пошуковій оптимізації можна використовувати знання та проведеній аналіз за ключовими словами, локалізувати їх. Можна також використовувати готові «посадкові» сторінки (сайти), внутрішні та зовнішні структури посилань. Можлива передача довіри, тобто довіра пошукової системи за допомогою hreflang тегів. Така схема формується від ринку до ринку, завоювавши довіру покупців, партнерів та пошукових систем на одному ринку, ця довіра (наприклад, партнерів чи пошукових систем) перенесеться і на інші (в тому числі нові) ринки. З кожним наступним ринком робота з освоєння нових ринків полегшуватиметься і швидше буде видно результат на окремо взятому новому ринку.

Інформаційні джерела

1. Pylypenko, A.A., Savytska, N.L., Vaksman, R.V., Uhodnikova, O.I., Schevchenko, V.S. Methodical maintenance of management of logistic activity of the trade enterprise: Economic and legal support. *Journal of Advanced Research in Law and Economics*, 2019, 10(6), 1723–1731. URL: <https://journals.aserspublishing.eu/jarle/article/view/4943>.

УДК 339.1

DOI:10.5281/zenodo.11847520

В.М. Марченко, д-р екон. наук, проф. (НТУУ «КПІ ім. І. Сікорського», Київ)

А.Г. Горбатюк, здоб. ОС «магістр» (НТУУ «КПІ ім. І. Сікорського», Київ)

ЕТИКА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Війна в Україні радикально змінила бізнес-середовище країни, викликаючи низку викликів і перешкод для підприємств. Конфлікт призвів до зміни економічного клімату, втрати ринків збуту, збоїв у постачанні сировини та матеріалів, а також погіршення інвестиційного клімату. Підприємства вимушені були шукати нові стратегії, щоб жити в умовах нестабільності, адаптуватися до змін у політичному та економічному оточенні, а також змінювати свої пріоритети та цілі, враховуючи нову реальність.

Умови війни суттєво змінили маркетингові стратегії українських підприємств. Компанії адаптують свої підходи, зосереджуючись на етичних комунікаціях, підтримці спільноти та адаптації до швидких змін.

Такі умови вимагають від підприємств перегляду своїх маркетингових стратегій з урахуванням зміни пріоритетів споживачів. Зростання цін на базові товари та послуги призводить до того, що споживачі зосереджуються на задоволенні своїх первинних потреб. У таких умовах підприємства повинні акцентувати увагу на пропозиціях, що відповідають базовим потребам, та пропонувати економічно вигідні рішення, спрямовані на заощадження коштів для споживачів.

У воєнний час підприємствам важливо акцентувати увагу на своїй соціальній користі для суспільства, навіть якщо це не напряму пов'язано з їх основною діяльністю. Підтримка військових підрозділів, допомога постраждалим від бойових дій, участь у суспільно важливих ініціативах та проєктах сприяють формуванню позитивного сприйняття бізнесу та його продуктів серед споживачів.

В умовах воєнного стану важливо встановити та підтримувати емоційний зв'язок зі споживачами. Компанії повинні використовувати теплі, людські повідомлення, які демонструють розуміння та співчуття. Важливо показати, що бізнес турбується про своїх клієнтів і розуміє їхні переживання. Розповсюдження корисної інформації про безпеку, доступ до товарів і послуг, а також поради щодо подолання стресу допоможуть споживачам почуватися впевненіше. Регулярне

інформування через соціальні медіа, новинні розсилки та інші канали зв'язку сприятиме зменшенню невизначеності та тривоги.

Однак у сучасному маркетингу використання соціально значущих тем, таких як війна, стало поширеним явищем. Зловживання цією темою може мати серйозні негативні наслідки як для суспільства, так і для самих брендів. Використання війни у маркетингових кампаніях може бути сприйняте як цинічне і нечутливе, особливо якщо це робиться без належної поваги та розуміння складності ситуації. Маркетологи повинні пам'ятати про етичні стандарти, що використання теми війни може травмувати людей, які безпосередньо постраждали від конфлікту, або тих, хто втратив близьких. Також використання такої тематики у маркетингових стратегіях підприємств може бути сприйняте суспільством як експлуатація трагедії заради прибутку.

Зловживання темою війни в маркетингу може розмивати межі між війною та реальним життям, що в свою чергу може призводити до зниження чутливості суспільства до реальних страждань та проблем, пов'язаних з війною. Люди можуть почати сприймати війну як нормальне явище, що знижує готовність до активної підтримки миру та гуманітарної допомоги.

Можемо зробити висновок, що маркетинг в умовах війни вимагає особливої чутливості та уваги до етичних аспектів комунікації. Українські підприємства змушені адаптувати свої маркетингові стратегії, зосереджуючи увагу на підтримці спільноти, задоволенні базових потреб споживачів та підтримці соціальних ініціатив. Важливо, щоб компанії знаходили баланс між комерційними інтересами та етичною відповідальністю.

Маркетинг підприємств України в умовах війни є складним, але життєво необхідним процесом для підприємства. Успішні компанії адаптують свої стратегії відповідно до нових реалій, використовують інноваційні підходи та зосереджуються на підтримці споживачів. Використання нових способів комунікації є важливими факторами для збереження клієнтської бази та забезпечення виживання бізнесу в такі складні часи.

Інформаційні джерела

1. Корнієнко Т. О. Маркетингові стратегії у формуванні конкурентних переваг підприємств в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. 2023. № 49. DO : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-65>

2. Циганкова Т. М. Сучасні моделі та тенденції розвитку стратегічного маркетингу. Маркетинг в Україні. 2004. № 2. С. 31–36.

УБД 339.138.

DOI:10.5281/zenodo.11848723

В.М. Марченко, д-р екон. наук, проф. (НТУУ "КПІ ім. І. Сікорського)
А.Г. Горбатюк, здоб. ОС «магістр» (НТУУ "КПІ ім. І. Сікорського)

ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Сучасний маркетинг неможливо уявити без використання соціальних мереж. Соціальні мережі надають компаніям унікальну можливість взаємодіяти з широкою аудиторією, створювати та поширювати контент, а також аналізувати результати своєї діяльності для постійного вдосконалення.

Соціальні мережі відіграють важливу роль у сучасному маркетингу, вони стали невід'ємною частиною нашого життя і сучасного бізнесу. Вони забезпечують платформу для взаємодії між компаніями та їх клієнтами, сприяючи побудові брендів, залученню аудиторії та підвищенню продажів.

Драйверами успішного використання соціальних мереж в маркетинговій діяльності є:

- 1) вибір соціальної платформи;
- 2) ідентифікація потреб цільової аудиторії;
- 3) формування відповідного контенту;
- 4) вибір формату взаємодії з підписниками;
- 5) вибір «лідера думок» та залучення його до процесу формування поведінки цільової аудиторії;
- 6) оцінювання та аналіз ефективності взаємодій з цільовою аудиторією.

Одним з основних аспектів успішного маркетингу є вибір правильної платформи. Різні соціальні мережі мають різну аудиторію та підходять для різних типів контенту. Наприклад, Instagram ідеальний для візуального контенту, тоді як LinkedIn підходить для професійного спілкування і B2B маркетингу. Правильний вибір платформи соціальних мереж є важливим для успішного маркетингу в соціальних медіа. Кожна платформа має свою унікальну аудиторію і специфічні особливості, що визначають її придатність для певних типів контенту та маркетингових цілей [1].

Важливим елементом ефективного маркетингу в соціальних мережах є розуміння цільової аудиторії. Це включає визначення її інтересів, потреб та поведінкових характеристик. Для цього компанії

можуть використовувати різні інструменти аналітики, які допомагають збирати та аналізувати дані про користувачів.

Іншим важливим аспектом є створення якісного та привабливого контенту. Контент має бути не тільки інформативним, але й розважальним. Він повинен привертати увагу, викликати емоції та мотивувати до взаємодії. Це може бути досягнуто за допомогою різноманітних форматів, таких як відео, інфографіка, статті, пости в блогах та інші.

За допомогою візуального контенту, такого як фото та відео, компанії можуть створювати образи, які запам'ятовуються, та емоційні зв'язки з аудиторією. Соціальні мережі пропонують можливість точного налаштування реклами, що дозволяє досягати конкретних сегментів аудиторії. Завдяки алгоритмам і великим обсягам даних компанії можуть аналізувати поведінку користувачів та адаптувати свої маркетингові стратегії для максимального ефекту.

Для успішного маркетингу в соціальних мережах, слід експериментувати з різними форматами та типами контенту, щоб визначити, що найкраще резонує з аудиторією. Важливо також підтримувати регулярність публікацій та завжди бути в курсі актуальних тенденцій. Також необхідно використовувати різні платформи для максимального охоплення та взаємодії з різними сегментами аудиторії [2].

Ефективна взаємодія з аудиторією є ще одним критичним елементом успіху. Важливо не тільки публікувати контент, але й активно спілкуватися з підписниками, відповідати на їхні коментарі та запитання, проводити опитування та конкурси. Це допомагає створювати відчуття спільноти та підвищувати лояльність клієнтів.

Інфлюенсери мають значний вплив на своїх підписників, і співпраця з ними може суттєво підвищити видимість та авторитет бренду. Для досягнення максимального результату важливо обирати інфлюенсерів, чиї цінності та аудиторія відповідають бренду. Інфлюенсери можуть допомогти розширити охоплення, створювати автентичний контент і підвищувати довіру до бренду серед їхніх підписників.

Аналітика відіграє важливу роль у маркетингу в соціальних мережах. З її допомогою компанії можуть оцінювати ефективність своїх кампаній, визначати, який контент працює найкраще, і вносити необхідні корективи. Регулярний моніторинг та аналіз показників, таких як залучення, охоплення та конверсії, дозволяють оптимізувати стратегії та досягати кращих результатів.

Соціальні мережі дозволяють компаніям безпосередньо взаємодіяти з цільовою аудиторією. Це створює можливість для побудови довіри та лояльності. За допомогою коментарів, лайків та репостів компанії можуть швидко отримувати зворотний зв'язок, що дозволяє оперативно реагувати на потреби споживачів.

Можемо зробити висновок, що соціальні мережі є відмінною платформою для просування бренду завдяки їх здатності охоплювати широку аудиторію та створювати інтерактивний і захоплювальний контент. Вони дозволяють компаніям безпосередньо взаємодіяти зі споживачами, швидко отримувати зворотний зв'язок і адаптувати маркетингові стратегії.

Використання візуального контенту, таргетованої реклами та співпраця з інфлюенсерами допомагають підвищити впізнаваність бренду, створити довіру та лояльність серед аудиторії, що в кінцевому результаті сприяє зростанню продажів і зміцненню ринкових позицій.

Маркетинг у соціальних мережах є потужним інструментом для просування бренду та взаємодії з клієнтами. Успішна стратегія повинна базуватися на глибокому розумінні аудиторії, створенні якісного контенту, активній взаємодії з підписниками та регулярному використанні аналітики для оптимізації діяльності. Дотримуючись цих принципів, компанії можуть значно підвищити свою присутність у соціальних мережах і досягти поставлених бізнес-цілей.

Інформаційні джерела

1. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О.П.Косенко [та ін.]; ред. О.П.Косенко; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с.
2. Черепанова В.О. Міжнародні стратегії управління стратегічними змінами / В.О.Черепанова, Т.О.Кобелева, П.Г.Перерва // *Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації* : матеріали 13-ї Міжнар. наук.-практ. інтернетконф., 27-28 квітня 2023 р. Полтава: ПУЕТ, 2023. С. 64-68.

УДК 339.138

DOI:10.5281/zenodo.11849991

М.В. Михайлова, канд. екон. наук., доц. (ДБТУ, Харків)

К.Ю. Величко, канд. екон. наук., доц. (ДБТУ, Харків)

Ю.Б. Луполовер, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)

ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЙ ВІРТУАЛЬНОЇ ТА ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ НА КУПІВЕЛЬНУ ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧА

Купівельна поведінка споживача вивчається як частина маркетингових досліджень і фокусується на розумінні процесу, за яким споживачі приймають рішення про покупку товарів і послуг. Цей процес може бути складним і залежить від багатьох чинників, таких як особисті характеристики споживача, його потреби, звички, психологічні та соціальні складові. Євтушевська О.Є. зазначає, що «поведінка споживачів залежить не лише від зовнішніх чинників, але й від їхнього світогляду, виховання, вроджених особливостей», також авторка виділяє низку чинників, що впливають на купівельну поведінку споживача та відносить до них: «зовнішні (релігійні, культурні, політичні, економічні, соціальні, ситуативні, кліматичні тощо) та внутрішні (песимістичні та оптимістичні очікування споживача, його світогляд, виховання, стереотипи тощо)» [1].

Ф. Котлер [2] ототожнював її із «чорною скринькою» та вкладає в це поняття свідомість споживача як покупця певного товару, що впливає на прийняття рішення, тобто на його купівельну поведінку.

Більшість дослідників споживчої поведінки та специфіки прийняття рішення наголошують на тому, що на це рішення можна впливати за допомогою різних маркетингових інструментів. Також виділяється такий склад маркетингових інструментів впливу на купівельну поведінку споживача: товар, ціна, реклама, стимулювання збуту, упаковка, фірмовий стиль, сервіс, мерчандайзинг, паблік рилейшн, корпоративний імідж, виставки, спонсорство. Сьогодні більшість таких маркетингових інструментів впливу на купівельну поведінку споживача (наприклад, реклама, стимулювання збуту, виставки, сервіс) можуть бути реалізовані за допомогою застосування таких технологій, як віртуальна та доповнена реальність (VR/AR). Стрімке зростання популярності віртуальної та доповненої реальності дозволяє маркетологам використовувати це як нові можливості. Вважається, що першим технологію VR/AR запровадив бренд Gucci, який почав використовувати AR-маски та отримав доступ до завантаження масок у соціальну мережу Instagram. Пізніше цю

технологію використовували Dior, Louis Vuitton, Calvin Klein, Hugo Boss, H&M та ін. Далі більша кількість брендів почали впроваджувати інструменти доповненої реальності, особливо для примірки. Застосування механізму дзеркал AR, які дозволяють клієнтам приміряти певні продукти, просто торкаючись екрана дзеркала. Такі дзеркала встановили Timberland, Uniqlo, TopShop. Виробники автомобілів BMW і Audi використовували AR, щоб надати клієнтам тривимірні візуальні представлення моделей автомобілів, що відповідають масштабу, на основі настроюваних функцій, таких як колір фарби, дизайн коліс і естетика салону [3]. Програма Place від ІКЕА використовує AR, щоб надати клієнтам можливість попереднього перегляду різних предметів меблів у їхніх будинках, накладаючи тривимірні моделі продуктів у реальному масштабі на реальне зображення кімнати. Ще одна сфера застосування технологій VR/AR в індустрії моди - це віртуальні покази мод. Так, у 2020 р. такі покази провели Prada, Malan Breton, Helsinki Fashion Week та багато інших майданчиків і брендів. Серед українських брендів цю технологію використав Finch, який спільно з FFFACE представив колекцію одягу повністю віртуально. Цікавим прикладом впровадження технологій VR/AR є віртуальна примірка у додатку U'Style, який дає можливість користувачам переглядати, яким чином різні предмети одягу виглядатимуть на моделі. Користувач може завантажити своє фото, після чого додаток застосовує його до тривимірної моделі, яку можна налаштувати для відтворення правильних пропорцій та конкретного фону., що позитивно впливає на купівельну поведінку.

Тобто, вплив технологій віртуальної та доповненої реальності на купівельну поведінку споживача є значним, при цьому можна виділити так складові можливостей VR/AR (рис.1):

покращення візуалізації (споживачі можуть ознайомитися із продуктами перед купівлею за допомогою віртуальних зображень).

збільшення взаємодії з товаром. За допомогою AR можна, наприклад, випробувати меблі, додавши їх зображення до реального відео з веб-камери. Це створює більше довіри товару і допомагає уникнути ризику незадоволення товаром після його придбання;

покращення інтерактивного спілкування. Технології VR і AR фактично створюють нові способи взаємодії між споживачами і брендами. Наприклад, інтерактивні віртуальні експозиції або тури дозволяють споживачам дізнаватись більше про продукти та послуги.



Рисунок 1. Складові технологій VR і AR, що характеризують вплив на поведінку споживача

створення персоналізованих звітів. Технології VR і AR можуть, наприклад, через системи розпізнавання обличчя пропонувати персоналізовані рекомендації щодо товарів або послуг на основі попередніх покупок або вподобань споживача;

зменшення (подолання) страху перед покупкою. Віртуальні примірки або візуалізація допомагають споживачам перевірити, як продукт виглядає або працює перед тим, як вони зроблять фактичну покупку. Це знижує ризик невдалих покупок і підвищує задоволеність клієнтів;

стимулювання імпульсивних покупок. VR/AR технології спроможні створювати додаткові стимули для імпульсивних покупок через збільшену емоційність та відчуття присутності у реальному часі.

Інформаційні джерела

1. Євтушевська О.Є. Особливості поведінки споживачів на ринку в сучасних умовах. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. №20. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/20_2016/6.pdf

2. Kotler on Marketing: How to Create, Win and Dominate Markets. Free Press, 1999.

3. Case Volvo Cars: Speeding up automotive design with Varjo's mixed reality. URL: <https://varjo.com/testimonial/volvo-cars-on-varjo-mixed-reality-this-is-the-future-of-creativity/>

УДК 338.48:615.8:061

DOI:10.5281/zenodo.11850863

Н.Г. Міценко, д-р екон. наук, проф. (ЛТЕУ, Львів)

Ю.І. Міщук, здоб. ОС «магістр» (ЛНМУ ім. Д. Галицького, Львів)

КЛАСТЕРНІ ІНІЦІАТИВИ В РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ

Інтерес до розвитку медичного туризму як одного з джерел наповнення держбюджету активізувався на початку ХХІ століття внаслідок значного зростання відкритості країн, формування єдиного ринку медичних послуг у Європі, підвищення рівня добробуту та мобільності населення, розвитку транспортних засобів та транспортної інфраструктури, популяризації здорового способу життя, тощо. Разом з тим, українські науковці зазначають, що "ведучи мову про медичний туризм слід розуміти, що на сьогодні діяльність у сфері медичного туризму має високий попит, який пояснюється не лише можливістю одержання громадянином більш якісних та(або) доступних медичних послуг поза місцем його постійного перебування, а і в зв'язку з вимушеною зміною особою місця свого постійного перебування внаслідок надзвичайної ситуації, в тому числі, війни" [1, с. 5].

Складність провадження діяльності з надання послуг медичного туризму потребує вирішення багатьох організаційних, правових та економічних питань. Досвід визнаних країн у цій сфері - Ізраїлю, Німеччини, Туреччини, Сінгапуру, Індії, Таїланду та ін. - свідчить про необхідність державного контролю та державного регулювання цієї діяльності, розробки національних програм розвитку медичного туризму, поширення практик державно-приватного партнерства. Співпраця між урядом і приватним сектором є ключовим моментом для розвитку кластеру медичного туризму, що проявляється у створенні різноманітних стимулів для розвитку кластерів, організації їх міжнародної підтримки, спільному інвестуванні створення необхідної інфраструктури, створення відповідних правових важелів, які призведуть до цілеспрямованих і скоординованих дій для подальшого розвитку кластерів медичного туризму [2, с. 51]. Відтак, доречним є використання переваг кластерів медичного туризму, які об'єднують органи державної влади та місцевого самоврядування, заклади медичної освіти, науково-дослідні медичні установи, медичні клініки та їх об'єднання, оздоровчі та реабілітаційні центри, суб'єкти туристичної індустрії, маркетингові та рекламні агентства, страхові компанії та ін. Саме в межах кластеру медичний турист може отримати повний комплекс послуг підтримки, зокрема, з організації подорожі,

розміщення у готелі, отримання лікарських чи оздоровчих процедур, відпочинку після лікування.

В 2019 році у Львові створено перший кластер медичного туризму, місією якого проголошено розвиток Львова та регіону як медичного хабу Східної Європи. Засновниками кластеру стали Центр стоматологічної імплантації та протезування «ММ», стоматологічні клініки «РІКОТА» та «Симбіотика», хірургічна клініка «Корона», клініка репродукції людини «Альтернатива», Міжнародна реабілітаційна клініка Козьявкіна, центр косметології та дерматології «Новодерм», європейська мережа медичних закладів «Medicover», клініки «Персона Люкс». Кластер просуває послуги з репродуктивної медицини, стоматології, відновного лікування, хірургії вен, косметології, естетичної медицини. Кластер представляє медичну галузь на міжнародній арені з метою активізації медичного туризму, залучення інновацій та інвестицій. Дніпровський медичний кластер – логістичний осередок, створений для просування медичного та туристичного потенціалу Дніпропетровщини, розвитку масового регіонального, міжрегіонального та міжнародного медично-оздоровчого туризму регіону шляхом організації та реалізації спільних проєктів, а також постійної підтримки ініціатив та діяльності кожного з членів кластеру. Серед пропонованих послуг: репродуктивна медицина, стоматологія, пластична хірургія, реабілітація, кардіохірургія, офтальмологія, реконструктивна дитяча хірургія, нейрохірургія, неонатологія, інструментальна діагностика, програми оздоровлення та омолодження, антиейджингова терапія, кохлеарна імплантація, комплексний супровід пацієнтів з орфанними захворюваннями, інклюзивний туризм. Кластер медичного туризму Рівного та Рівненської області, створений в 2020 році, має місією відкрити медичну спільноту Рівного і Рівненщини світу та покращити якість життя рівнян. Очікується покращення матеріального забезпечення та зростання якості медичних послуг в клініках кластеру.

Вивчення та імплементація світового досвіду кластерних ініціатив в медичному туризмі сприятиме розвитку потенціалу цієї сфери економіки в Україні.

Інформаційні джерела

1. Пашков В. М., Гнедик Є. С. Правове регулювання медичного туризму в умовах війни в Україні. Харків : Право, 2022. 188 с.

2. Михайлюк О. Л., Ухлічева І. В. Світовий досвід розвитку кластерів медичного туризму. *Вісник соціально-економічних досліджень ОНУ*. 2019. № 2-3 (70-71). С. 40-52.

УДК 330.71

DOI:10.5281/zenodo.11851409

Н.В. Овсієнко, канд. екон. наук., доц. (ЛВНЗ «Європейський університет»)

ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПРОЦЕСІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах господарювання необхідно забезпечити можливість адаптації національних підприємств, що діють на глобальних ринках, до мінливих й непередбачуваних умов міжнародного маркетингового середовища шляхом вибору відповідних напрямків діяльності, які забезпечать досягнення поставлених цілей навіть у випадках виникнення негативних факторів й непередбачених обставин. Отже, в процесі розробки маркетингової стратегії зовнішньоекономічної діяльності необхідно враховувати ряд умов. По-перше, стратегічне управління повинне ґрунтуватися на принципах управління інвестиційним портфелем. Ці принципи припускають, що кожний напрямок міжнародної діяльності підприємства має певний потенціал одержання прибутку, відповідно до якого й розподіляються ресурси. По-друге, необхідна ретельна оцінка перспектив кожного виду діяльності, вивчення показників можливого росту й прогнозування позицій підприємства на конкретному зовнішньому ринку. По-третє, розробляючи маркетингову стратегію, необхідно передбачити можливість її адаптації до умов обраних сегментів глобального ринку, оскільки єдиної оптимальної стратегії не існує. У кожному конкретному випадку необхідно враховувати профіль діяльності підприємства, його цілі, можливості, потенціал, навички персоналу й ресурси.

У загальному вигляді, маркетингова стратегія ЗЕД спрямована на приведення цілей підприємства щодо присутності на закордонних ринках у відповідність до його можливостей, ресурсів й стратегічних напрямків розвитку. Маркетингове управління у свою чергу спрямовано на практичну реалізацію зазначеної відповідності. При цьому в діяльності будь-якого підприємства, на наш погляд, можливе виділення трьох рівнів маркетингового управління, пов'язаних з функціонуванням підприємства, вибором стратегічних напрямків його розвитку і встановленням перспективних напрямків діяльності. Аналогічним чином визначаються траєкторії функціонування і розвитку підприємства.

Розробка маркетингової стратегії зовнішньоекономічної діяльності буде пов'язана з прийняттям рішень, спрямованих на переведення організації з одного стану в інший. Ці стратегічні рішення можуть бути спрямовані як на внутрішні, так і на зовнішні характеристики підприємства, але в будь-якому випадку вони повинні співвідноситися з обмеженнями, що накладаються, й зовнішньоекономічним потенціалом підприємства. Рівень впливу рішень на контрольні параметри в значній мірі залежить від множини аттракторів, що охоплюють різні аспекти маркетингової діяльності підприємства. В стабільному стані зі стійкими аттракторами цей вплив невеликий і більш передбачуваний, а вплив формальних механізмів відносно більший, ніж у нестабільній обстановці з незвичними аттракторами.

Вибір конкретних траєкторій буде визначатися ступенем інтеграції підприємства в міжнародний бізнес-простір. Метою розробки маркетингової стратегії в даному випадку буде створення й підтримка рівноваги між необхідним рівнем інтеграції, заданими цілями підприємства на кожному закордонному ринку й можливостями (ресурсними, маркетинговими, управлінськими) їх досягнення. Відповідність між цілями маркетингового планування, ступенем міжнародної інтеграції та рівнями маркетингового управління представлена на рис.

В існуючій економічній літературі наявна велика кількість підходів до стратегічного планування маркетингу. Однак відсутність однозначного визначення маркетингової стратегії ЗЕД й наявне різноманіття її проявів призводить до того, що кожен автор намагається дати свою точку зору на стратегії міжнародного маркетингу, вводить власну їх класифікацію й свої класоутворюючі критерії. При цьому більшість з них розглядають тільки деякі детермінанти формування стратегії, без зв'язування із системою стратегічного розвитку підприємства. Саме по собі визначення взаємозв'язку стратегії розвитку і маркетингу є досить складною теоретичною проблемою, оскільки маркетинг як філософія стає усе більш інтегрованим у широку галузь стратегії. Маркетинг як ринкова концепція управління підприємством уже не є просто функцією, підлеглою виробництву, а навпаки, він перетворюється у провідний напрямок діяльності підприємства, що визначає не тільки збутову політику підприємства, але і його господарську самостійність, стиль і характер управління всією підприємницькою діяльністю.

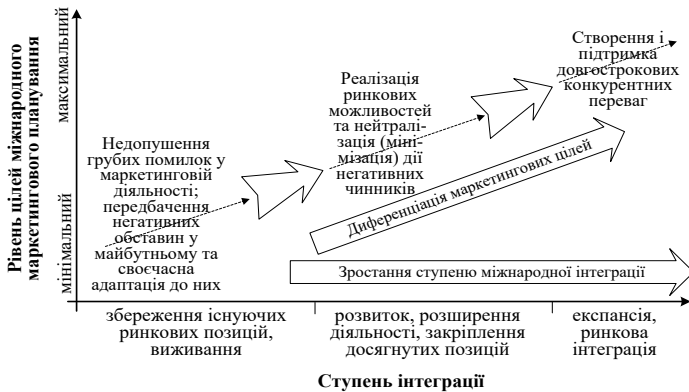


Рисунок 1 - Співвідношення цілей маркетингу й міжнародної інтеграції

У такому контексті основою маркетингової діяльності є цільова орієнтація на комплексне підпорядкування всіх окремих частин управління підприємством органічній взаємодії з глобальним ринковим середовищем. Тобто маркетинг є головною визначальною характеристикою стратегії, а не навпаки. Стратегічний маркетинг – це організація різноманітних процесів як усередині підприємства, так і поза ним, спрямованих на виявлення, прогнозування й задоволення потреб людей та забезпечення на основі цього як стійкого положення підприємства, так і здатності до функціонування, розвитку й досягненню довгострокових цілей. Міжнародна маркетингова стратегія – підлегла місія підприємства, погоджена з міжнародним маркетинговим середовищем, та ресурсно забезпечувана система взаємопов'язаних, досить довгострокових, значимих й реалізованих на рівні всього підприємства цілей і задач, що формалізується у вигляді маркетингової програми, в основі реалізації якої лежить позиціонування товару на одному чи багатьох закордонних ринках, здійснюване за критерієм максимальної інтеграції в міжнародне бізнес-середовище.

Інформаційні джерела

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. / [Ю.В.Макогон, В.С.Рижиков, С.В.Касьянюк, О.О.Коваленко, В.М.Гридасов, С.В.Чемерис, А.В.Гончарова] ; за ред. д.е.н., проф. Ю.В.Макогона. – К.: Центр навчальної літератури, 2016. – 424 с.

2. Карвацка Н.С., Шелест Є.О. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: вебсайт. URL: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k1289&T=intro&st=0&L=1.

3. Тюріна Н. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навч. посіб. / Н. М. Тюріна, Н. С. Карвацка. – К.: ЦУЛ, 2013. – 408 с.

УДК 658.8:339.564

DOI:10.5281/zenodo.11853350

К.С. Олініченко, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)
І.О. Наконешний, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Євроінтеграція підприємства це захоплюючий, але водночас складний процес. Особливості діяльності підприємства в цей час вимагають уважного аналізу та розробки маркетингової стратегії, яка враховує особливості міжнародного бізнесу. Покрокове можна описати так загальні дії:

1. Ретельно вивчається ринок Європи, включаючи культурні, економічні та правові його аспекти. Досліджуються демографічні особливості, конкурентна ситуація та особливості споживачів. Зазвичай у маркетинговому дослідженні потрібно приділити особливу увагу таким питанням: оцініть стан різних секторів економіки, їх потенціал для розвитку та конкурентоспроможність на європейському ринку; проаналізувати конкурентів на європейському ринку, визначити їхні сильні та слабкі сторони, можливості та загрози для бізнесу; вивчіть попит на товари чи послуги на європейському ринку, враховуючи особливості та потреби місцевих споживачів; ознайомтесь із вимогами європейського законодавства та стандартами, які регулюють потрібну галузь діяльності; розібратися я в культурних особливостях та різницях між країною походження підприємства та країнами Європейського Союзу, що може вплинути на маркетингові стратегії та споживчі уподобання; дослідити наявність та можливість подолання торговельних бар'єрів, таких як мита, вимоги до сертифікації та інші обмеження; визначити можливості для розвитку бізнесу на європейському ринку, враховуючи тенденції та перспективи розвитку ринку.

2. Шукається можливість співпраці з місцевими дистриб'юторами, агентами або партнерами з маркетингу для швидшого впровадження бізнесу на ринок Європи і зменшення ризиків. Правильний вибір партнерів та належне управління взаємовідносинами є ключовими факторами успіху у такій співпраці.

3. Проводиться адаптація продукту до місцевих потреб, корегується дизайн упаковки та функціональність продукту.

Логіка дій така: можна досить швидко і з мінімальними витратами запуснути на нових ринках РРС-компанії та протестувати

ключові слова, процес продажу, конверсію та, відповідно, побачити, як люди реагують на ключові слова, оголошення, локалізацію, продукт, весь магазин тощо. Отримати достовірну інформацію про конкретний ринок за скромні гроші можна за невеликий час (тиждень-місяць). Така стратегія називається «розвідка боем» [1]. Отримані знання можна відразу використовувати у пошуковій оптимізації та коригувати стратегію та тактику пошукової оптимізації під відповідні ключові слова на потрібних ринках (з меншою конкуренцією, кращою конверсією тощо). Якщо порівнювати таку стратегію з оф-лайн виходом на новий ринок, то відразу відчувається різниця у витратах та швидкості отримання першого прибутку.

4. Розробляється маркетингова стратегія, яка відображає місцеві особливості та культурні реалії з урахуванням каналів комунікації, які найбільш популярні серед місцевих споживачів.

Для цього можна використовувати готові структури партнерів, тих, які вже євроінтегрували свій бізнес, це можуть бути портали на базовому ринку, у них може бути локалізація на зовнішніх ринках і тому з ними просто домовитися про нові посилання та нове партнерство на різних ринках. Частково, у такій ситуації, використовується досвід створення маси посилань на базовому ринку, адже він може працювати і на зовнішніх ринках, проте зі своєю специфікою. Дізнатися про специфіку роботи на нових ринках допоможе аналіз роботи конкурентів на цих ринках. Використовуючи дані, можна адаптувати базову модель під нові умови.

5. Робиться локалізація бізнесу для відповідності місцевим цінностям та культурним особливостям (іноді це може вимагати перекладу або адаптації слоганів, логотипів та інших елементів підприємства).

Звичайно, для євроінтеграції треба брати готові матеріали підприємства не в первісному вигляді, їх потрібно локалізувати, перекладати мовою нового ринку, та оптимізувати під окрему країну. Це означає, що потрібно робити відповідність пошукових слів до мови конкретної країни. Вводити нові ключові слова та їх комбінації, інакше побудовані запити чи інша позиція у ключовій фразі слів, оскільки у різних мовах світу є своя специфіка побудови фраз, свої особливості.

Наприклад, у Німеччині називають бренд, а потім продукт – «Philips лампа», а в Польщі використовують ключове слово «лампа Philips». Такі нюанси варто дізнатися та врахувати при виході на нові ринки. Дізнатися такі особливості можна аналізуючи запити в пошукових системах із потрібної країни.

б. Створюється мережа підтримки, щоб ефективно взаємодіяти зі споживачами та вирішувати їхні проблеми. Встановлюється стійка присутність на ринку Європи, починаючи з одного або декількох ключових регіонів, і розширюється з часом, якщо це буде виправдано.

На старті проникнення на новий ринок залучати партнерів можна в режимі СРО (оплата за покупку). Це відбувається за допомогою партнерського маркетингу. При мінімальних фінансових ризиках, оскільки партнеру сплачуємо відсоток від обороту чи прибутку лише за клієнта, який зробив у нас покупку. У такий спосіб можна використовувати на свою користь довіру, яку вже мають партнери, так звана спроектована довіра клієнтів. Звісно, гарне ставлення до фірми клієнтів прискорить інтеграцію на новому ринку. Таке перенесення довіри часто використовується для просування підприємства за допомогою участі у рекламі відомих телезірок, артистів, спортсменів тощо.

Платне розміщення реклами у партнерів (в системі аффіліативного маркетингу) так само припустимо, для цього необхідно заплатити певну ставку для розміщення оголошення на певній позиції або для отримання потрібного банера. Ефективність такої реклами можна і потрібно відстежувати відразу після розміщення, у процесі коригування такої реклами відбувається «підганяння» тактики виходу на ринок.

Добре працює метод «перетягування» ключових партнерів від конкурентів, виявити їх можна під час аналізу їх роботи, переманити їх можна за рахунок вигідніших пропозицій. У крайньому випадку, можна позиціонувати себе поруч із конкурентами, це дасть можливість клієнтам вибирати серед «рівних» пропозицій. Така тактика допомагає прискорити вихід на новий ринок, а також збільшити товарообіг на ньому.

Ці кроки можуть допомогти успішно пройти євроінтеграцію бізнесу. Однак варто пам'ятати, що це може зайняти час і зусилля, але з правильним підходом може бути вигідним і створити нові можливості для бізнесу.

Інформаційні джерела

1. Pylypenko, A.A., Savytska, N.L., Vaksman, R.V., Uhodnikova, O.I., Schevchenko, V.S. Methodical maintenance of management of logistic activity of the trade enterprise: Economic and legal support. *Journal of Advanced Research in Law and Economics*, 2019, 10(6), 1723–1731. URL: <https://journals.aserspublishing.eu/jarle/article/view/4943>.

УДК 631.147:658.89

DOI:10.5281/zenodo.11853650

Є.В. Пахуча, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОЇ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ЄВРОПЕЙСЬКИХ РИНКАХ

Метою стратегії просування органічної продукції на ринок є не лише підвищення прибутковості, але й розширення можливостей через різноманітні заходи. Один із ефективних методів досягнення поставленої мети полягає у виході виробників органічних товарів на європейський ринок. Такий крок може сприяти не лише збільшенню обсягів продажу, а й підвищенню конкурентоспроможності та стабільності на Європейській арені. Це відкриває нові можливості для збільшення обсягів продажу, зміцнення бренду та залучення іноземних інвестицій. Крім того, Європейський ринок надає доступ до більшої кількості споживачів, які цінують високу якість та органічність продукції, що в свою чергу сприяє зростанню довіри та лояльності до бренду. Просування органічних товарів на цих ринках вимагає комплексної стратегії, яка враховує специфіку споживачів, конкурентну ситуацію та екологічні стандарти.

У Європі зростає попит на органічну продукцію, що призводить до її дефіциту. Україна має достатньо земель, придатних для органічного виробництва, на відміну від багатьох зарубіжних країн. Завдяки цьому, за умов належних зусиль, Україна може зайняти вагоме місце на світовому ринку органічної продукції, оскільки ці землі можуть бути введені в обіг для виробництва. Органічне виробництво в Україні володіє перспективою стати ключовим джерелом доходу для численних регіонів. Навіть невеликі підприємства можуть ефективно конкурувати з великими виробниками й розширювати свою діяльність у цій сфері. Враховуючи зростаючий попит на органічні продукти як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, українські підприємства мають відмінні можливості для розвитку та успіху. З огляду на зростаючий попит на органічну продукцію, розвиток цього сектору може принести значні економічні переваги та сприяти сталому розвитку сільських територій[1].

Загалом з України до ЄС було експортовано органічної продукції на 15,8% більше порівняно з показниками 2021 року. За обсягами експорту органічних фруктів, свіжих або сушених, крім цитрусових і тропічних, у 2022 році Україна посіла друге місце серед країн-експортерів, поступившись лише Туреччині. У категорії органічних

олійних культур, крім соєвих бобів, Україна є лідером у Європі, збільшивши експорт на 22,5% протягом минулого року. Експорт до країн ЄС продовжує зростати, як і двостороння торгівля. Зокрема, в Італії Україна займає сьоме місце за обсягами імпорту, входячи таким чином у топ-10 країн-постачальників. Європейські ринки функціонують за двома напрямками – споживчий ринок та ринок органічної сировини. Так, в Італії набагато більші перспективи має імпорт української органічної продукції для інтеграції у виробничі ланцюги. Українська органічна продукція експортується у вигляді соєвих бобів, органічних зернових, технічних культур, фруктів та ягід, що робить її значущим гравцем на світовому ринку.

Водночас, ринок Німеччини, де населення надає перевагу здоровому харчуванню, є основним та перспективним для українського виробника. Щодо Франції, ринок є дуже складним та закритим, французи виробляють багато власної продукції і задовольняють свій попит, тому 80% товарів у супермаркетах – це саме французька продукція. Проте, для органічних виробників французький ринок є дуже перспективним, оскільки тенденція до ведення здорового способу життя та здорового харчування набирає все більшої популярності. Ринок органічної продукції в Нідерландах залишається стабільним. Серед основних перешкод – питання логістики, можливостей оплати та обсягів товару. Європейці зазвичай підтримують свого національного виробника і надають перевагу вітчизняним продуктам. Проте, потенціал цього ринку є значним, і за умови подолання існуючих перешкод, українська продукція може знайти своє місце на ньому[2].

З урахуванням того, що на внутрішньому органічному ринку з'являється значна кількість нових операторів, можна припустити, що багато з них ще не готові до викликів та вимог європейського ринку. Проте, навіть у цьому контексті, використання стратегії спільного експорту може стати ключовим фактором у розширенні ринків збуту органічної продукції. Для цього необхідно знайти виробника, який готовий до співпраці та має потенціал для виходу на зовнішній ринок, або ж об'єднатися з виробниками органічної продукції, які вже успішно діють на зовнішніх ринках. Спільні зусилля можуть значно підвищити конкурентоспроможність продукції та сприяти її успішному виходу на міжнародну арену [3, с.73].

Розробка ефективних стратегій просування вітчизняної органічної продукції на європейські ринки є ключовим елементом успішної інтеграції українських виробників у глобальну економіку. Основні напрямки таких стратегій повинні включати такі кроки як:

- Забезпечення відповідності продукції стандартам ЄС, отримання сертифікації та впровадження екологічних та соціальних практик, що відповідають вимогам європейських споживачів.

- Розробка сильного бренду, що відображає екологічність та якість продукції, активне використання маркетингових комунікацій для підвищення впізнаваності продукції серед європейських споживачів.

- Встановлення партнерських відносин з європейськими дистриб'юторами, участь у міжнародних виставках та ярмарках, що дозволяє розширити мережу збуту та підвищити довіру до продукції.

- Інвестування в дослідження та розробки для створення нових видів продукції, що відповідають потребам європейського ринку, а також впровадження сучасних технологій виробництва та зберігання.

- Розробка конкурентоспроможної цінової політики, що враховує особливості європейського ринку, а також аналіз попиту та пропозиції для оптимізації цінової стратегії.

Застосування цих стратегій сприятиме зміцненню позицій вітчизняної органічної продукції на європейських ринках, підвищенню її конкурентоспроможності та сприятиме сталому розвитку українського аграрного сектору.

Просування органічної продукції на європейських ринках вимагає комплексного підходу та ретельного планування. Стратегії повинні враховувати специфіку ринку, конкурентну ситуацію, споживчі уподобання та екологічні стандарти. За допомогою формування ефективної стратегії брендингу, сертифікації, маркетингу та партнерства з ключовими гравцями на ринку, компанії можуть успішно просувати свою органічну продукцію і зайняти стабільну позицію на європейських ринках.

Інформаційні джерела

1. Корогод О.М. Стратегії розвитку органічного ринку в Україні: шляхи збільшення виробництва та зміцнення позицій на міжнародному ринку. Економіка та суспільство, 61, 2024. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-114>

2. Ринок органічної продукції ЄС: яке місце на ньому займає Україна. AgroPortal. 2023. URL: <https://agroportal.ua/news/ukraina/yevropeyskiy-rinok-organichnoji-produkciji-yake-misce-na-nomu-zaймає-ukrajina>

3. Новицька І.В. Стратегії виходу вітчизняних виробників органічної продукції на міжнародні ринки. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського, 32 (71). № 4, 2021. С. 70–74.

УДК 332.13(427)

DOI:10.5281/zenodo.11853900

О.Ю. Поліщук, здоб. ступ. PhD (ПДАУ, Полтава)

ПРОБЛЕМИ АГРОПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ЕКОСИСТЕМИ

У наукових працях французького економіста та одного із засновників вчення фізіократів Франсуа Кене (фр. Fr. Quesnay), ключова роль «в економічному розвитку відводиться сільському господарству» [1].

Зауважимо, що за статистичною інформацією Продовольчої та сільськогосподарської міжнародної організації ООН (англ. Food and Agriculture Organization) «Європейський Союз експортує до 41% агропродукції та імпортує трохи менше 40%» [2].

Однак, сучасний етап розвитку навіть фінансово забезпечених країн ЄС, що мають значний агропереробний потенціал (Іспанія, Латвія, Литва, Німеччина, Польща, Португалія, ін.), характеризується динамічністю й надзвичайною складністю процесів.

Варто зазначити, що подібна ситуація і в нас – вітчизняний аграрний сектор економіки та агропереробна промисловість зокрема переживають складні часи. Поступово збільшується кількість збиткових агропідприємств, а також відсоток тих, хто згортає свій бізнес в Україні, або ж і повністю закривається.

Згідно з даними аналітичного звіту YouControl.Market серед усіх підприємств в Україні «найбільше за час повномасштабної війни закрилося аграрних (1261, до 30% від загальної кількості). У 2023 році – 605 (частка закриття – рекордні 14,9% у загальній структурі закритих підприємств), а у I кварталі 2024 року – частка закриття склала 18%» (за даними [3]).

З нашої точки зору, це викликано, з одного боку, браком обігових коштів, зниженням рентабельності та зменшенням чистого прибутку на підприємствах, з іншого боку, втратою інвестицій (як внутрішніх, так і зовнішніх), непомірними кредитами, обмеженою кількістю діючих лізингових, кредитних чи інших державних програм підтримки підприємств, у тому числі, що працюють у галузі агропереробки.

В якості успішного кейсу можна виокремити Державну програму «Доступні кредити 5-7-9%», в рамках якої надається «орієнтовно 90% нових підприємницьких кредитів», «з березня 2022 року підприємці отримали більше 37 тисяч кредитів на суму 144,4 млрд грн» [4].

На наш погляд, такі програми дуже важливі для України, враховуючи і той факт, що саме аграрна галузь традиційно вважалася і до сьогодні була однією з найбільш ефективних і прибуткових, у тому числі за рахунок експорту, й внеску у валовий внутрішній продукт (ВВП) країни (за різними оцінками до 14-19%).

Водночас не слід забувати, що функціонування агропереробних підприємств відбувається сьогодні в умовах ведення війни Російської Федерації на території України та пов'язаних з цим проблем, у тому числі:

- інфляційних (постійні валютні та цінові коливання, девальвація гривні в країні);
- логістичних (проблеми з логістикою та втратою налагоджених ринків збуту через руйнування виробничої інфраструктури, блокування кордонів з боку фермерів сусідніх країн – Польща, Словаччина, ін.);
- технологічних (зниження виробничих потужностей, релокація агропідприємств зі Сходу України, мінування великої частини аграрних територій та багато інших аспектів);
- соціально-демографічних (втрата трудових ресурсів, зниження продуктивності наявної робочої сили, висока смертність, призов (мобілізація) військовозобов'язаних з числа кваліфікованих працівників агропереробних підприємств тощо).

Спектр проблем агропереробної галузі значно ширший – це і блокування податкових накладних, і несприятливе регуляторне середовище, певні законодавчі прогалини. Саме тому надзвичайно важливим є розробка довгострокових інноваційних, експорто-орієнтованих агропереробних проектів, державних і муніципальних програм, а також дієвих заходів, що впливатимуть на роботу малого та середнього бізнесу. До таких заходів (інструментів), на нашу думку, варто віднести:

- режим ресурсозбереження шляхом екологізації й внесення необхідних технологічних й цифрових змін до процесів агропереробки;
- модернізацію інфраструктури та/чи розширення лінійки виробництва за рахунок залучення інвестицій з країн ЄС (гранти, спільні підприємства тощо);
- впровадження систем моніторингу якості агропродукції та її відповідність технічним регламентам і стандартам ЄС;
- формування інноваційного потенціалу агропереробних підприємств за рахунок стартапів чи створення агропереробних кластерів.

Остання теза заслуговує на особливу увагу, оскільки за агротехнічними й агропереробними кластерами без перебільшення майбутнє економіки. Кластеризацію можна віднести до інструментів формування сприятливої підприємницької екосистеми в Україні.

Водночас структурно-технологічна перебудова агробізнесу потребуватиме сильної державницької позиції, вольових політичних кроків, значних фінансових ресурсів та законодавчого врегулювання. Безперечно, певних державних гарантій (страхування, ін.), особливо у випадку приєднання до побудови кластерів іноземних партнерів.

Слід зазначити, що в науковому обігу підприємницький екосистемний підхід не новий, серед відомих прихильників даної концепції: Р. Браун, Д. Ізенберг, Б. Коен, К. Мейсон, Дж. Мур та інші. Інтерпретуючи різні визначення поняття «підприємницька екосистема» [5; 6] його зміст можна представити через єдність різних суб'єктів (державні інституції, громадські спілки чи профільні асоціації, бізнес, акселератори, технопарки, бізнес-інкубатори, та будь-які інші гравці, у тому числі міжнародні), які об'єднуються для досягнення синергетичного (в разі більшого) ефекту саме завдяки тісному взаємозв'язку та взаємовигідним відносинам та реалізацією підприємницьких проєктів та ініціатив всередині екосистеми.

Інформаційні джерела

1. Eltis W.A. François Quesnay: A Reinterpretation. Oxford Economic Papers. Vol. 27, No. 2 (July), 1975. pp. 167-200. URL: <https://www.jstor.org/stable/2662336>
2. The Food and Agriculture Organization. <https://www.fao.org>.
3. YouControl.Market. Аналіз бізнесу, що закrywся за час війни в Україні. URL: <https://blog.youcontrol.market/aghrariyi-ta-iuristi-naichastishie-zakrivali-biznies-za-chas-povnomasshtabnoyi-viini-analiz-vid-youcontrol-market/>
4. Драганчук Ю. Державна програма 5-7-9%. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/09/18/704416/>
5. Brown R., Mason C. Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship. 2013. Background paper by the OECD LEED Programme. 38 p.
6. Isenberg, D. The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship. Institute of International and European Affairs, Dublin, Ireland, 12 May 2011, p. 1-13.

УДК 336.13.02

DOI:10.5281/zenodo.11854182

А.В. Попов, здоб. ступ. PhD (МАУП, Київ)

СПОЖИВЧА ПОВЕДІНКА В УКРАЇНІ ТА НІМЕЧЧИНІ: РОЗБІЖНОСТІ, ВИЗНАЧАЛЬНІ ДІЯ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ

Споживча поведінка є важливим аспектом економічного життя країни, оскільки вона відображає загальний економічний стан, фінансові можливості та культурні особливості населення. В умовах україно-російської війни та значної кількості українських біженців у Європі, зокрема в Німеччині, ця тема набуває особливої актуальності. Різниця у споживчій поведінці між Україною та Німеччиною зумовлена різними економічними, соціальними та політичними умовами. Український ринок наразі характеризується високим рівнем невизначеності та обмеженими фінансовими ресурсами населення, тоді як у Німеччині споживацька поведінка залишається більш стабільною та орієнтованою, в першу чергу, на екологічність та якість товарів.

Розглянемо основні відмінності в споживчій поведінці між Україною та Німеччиною на основі актуальних статистичних даних.

Українська економіка в умовах війни зазнає значних втрат, та зустрічається з багатьма новими викликами, що безпосередньо впливає на споживчі настрої та поведінку громадян. За даними Trading Economics, індекс споживчої довіри в Україні у 2024 році залишається на низькому рівні, відображаючи високий рівень невизначеності серед населення щодо економічного майбутнього країни [1, с. 28].

Згідно з даними НБУ, інфляція залишається значною, що впливає на купівельну спроможність населення. За останній рік індекс споживчих цін зріс на 10%, що змусило українців обмежити витрати на непершочергові товари та послуги, зокрема на розваги, одяг та техніку. Основні витрати спрямовуються на базові потреби: їжу, комунальні послуги та медичне обслуговування [1, с. 28].

Окремо варто зазначити вплив значної кількості внутрішньо переміщених осіб (ВПО) на споживчу поведінку. Вони часто змушені жити в складних умовах, і, як правило, мають обмежені фінансові ресурси, що додатково знижує їх купівельну спроможність. На кінець 2023 року в Україні налічувалось близько 6 мільйонів ВПО, які суттєво впливають на загальні споживчі настрої в країні [2, с. 29].

На відміну від України, споживча поведінка в Німеччині значно стабільніша, хоча вона також зазнала певних змін через глобальні економічні виклики, такі, як пандемія COVID-19 та економічні наслідки

війни в Україні. Згідно з даними Euromonitor, німецькі споживачі стають дедалі більш свідомими та прискіпливими стосовно екологічності продукції, яка їм пропонується, та сталого розвитку економіки в цілому. Більше половини німецьких споживачів враховують екологічні та етичні фактори при купівлі товарів широкого вжитку, особливо в категоріях продуктів харчування та побутових товарів [2, с. 29].

McKinsey зазначає, що інфляція залишається основною турботою для німецьких споживачів, і вагомо впливає на їхні споживчі рішення. У 2023 році інфляція в Німеччині склала 6%, що змусило споживачів частіше обирати більш дешеві продукти, та надавати перевагу дисконтним магазинам. Водночас, інтерес до розкішних товарів та елітних послуг залишається високим, особливо серед молодшого покоління та заможних споживачів, які схильні витратити більше грошей на подорожі, моду та розваги [1, с. 28; 3, с. 27].

Війна в Україні спричинила значний потік українських біженців до Німеччини, що створює нові виклики для споживчого ринку країни. За даними Федерального статистичного управління Німеччини, станом на початок 2024 року в країні перебуває близько 1 мільйона українських біженців. Вони здебільшого живуть у складних фінансових умовах, і обмежують свої витрати до мінімуму. Це впливає на зростання попиту на доступні житло, продукти харчування та медичні послуги [2, с. 29].

Основні відмінності у споживчій поведінці:

1. Економічна стабільність: Німеччина має значно стабільнішу економіку порівняно з Україною, що дозволяє споживачам зберігати високий рівень витрат на товари та послуги. Українці, з іншого боку, змушені заощаджувати через високу інфляцію та невизначеність.

2. Екологічність та сталий розвиток: німецькі споживачі більше уваги приділяють екологічним та етичним аспектам при виборі товарів, що впливає на їхні купівельні рішення. Українські споживачі наразі більше зосереджені на базових потребах.

3. Інтерес до розкішних товарів: в Німеччині, попри економічні виклики, зберігається високий попит на розкішні товари та послуги, такі як подорожі, мода та розваги. В Україні споживання розкішних товарів значно скоротилося після початку широкомасштабного вторгнення.

4. Вплив біженців: хоча в Німеччині українські біженці створюють додатковий попит на базові товари та послуги, внутрішньо переміщені особи в Україні більш суттєво впливають на загальні споживчі настрої.

З огляду на споживчу поведінку в Німеччині, українським підприємствам слід зосередитися на таких категоріях товарів та послуг та врахувати наступні рекомендації щодо маркетингових стратегій:

1. Органічні та екологічні продукти. Продукти харчування та побутові товари, виготовлені з урахуванням екологічних стандартів, можуть знайти свого споживача серед німецьких покупців, які надають перевагу сталому розвитку [2, с. 29]. Для німецьких споживачів властиво надавати перевагу продуктам з сертифікатами екологічності, такими як EU Organic та Fair Trade. Компаніям слід отримати відповідні сертифікати та акцентувати увагу на цьому в маркетингових матеріалах. Не менш важливим є врахування місцевих смаків та адаптація продукції під німецький ринок.

2. Технологічні інновації. Товари та послуги сфери високих технологій, такі, як програмне забезпечення та ІТ-рішення, можуть бути затребувані в Німеччині, де попит на інноваційні технології залишається високим. Варто співпрацювати з місцевими технологічними кластерами, інкубаторами та акселераторами для просування інноваційних продуктів.

3. Ручна робота та ремесла. Товари ручної роботи, такі як вишивка, кераміка та інші ремісничі вироби, можуть зацікавити німецьких споживачів, особливо в контексті підтримки традиційних виробників. Важливо підкреслювати автентичність продуктів ручної роботи, а також екологічні аспекти продукції, такі як використання природних матеріалів та ручне виробництво без шкоди для довкілля. Використання соціальних мереж для просування продуктів, створення онлайн-магазинів та співпраця з популярними платформами для продажу ручних виробів, такими як Etsy, може бути доповнене більш традиційними каналами просування, такими як місцеві ярмарки та виставки.

Застосування цих стратегій допоможе українським підприємствам успішно інтегруватися на німецький ринок та задовольнити потреби місцевих споживачів.

Інформаційні джерела

1. McKinsey. An update on European consumer sentiment: Uncertainty lingers. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/an-update-on-european-consumer-sentiment>

2. Euromonitor. Consumer Values and Behavior in Germany. URL: <https://www.euromonitor.com/consumer-values-and-behaviour-in-german>

3. Nielsen IQ. Consumer Outlook 2024. URL: <https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2024-consumer-outlook>

УДК 528.4:339.138

DOI:10.5281/zenodo.11854484

О.М. Прядко, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

А.О. Тимофєєва, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)

О.А. Ликов, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ НЕРУХОМОСТІ В УКРАЇНІ

Маркетинг є найважливішим напрямом у діяльності будь-якого сучасного підприємства. Його застосування сприяє досягненню відповідності між очікуваннями споживачів та можливостями підприємства. Маркетингова діяльність включає велику кількість здійснюваних функцій, таких як: проведення маркетингових досліджень, сегментацію ринку, вивчення споживачів, визначення позиції продуктів на ринку та інше. Тільки ретельно спланована та цілеспрямована маркетингова діяльність може призвести організацію до позитивних фінансових результатів [1].

Оцінка ефективності маркетингових заходів має важливе значення, особливо у стадії прийняття рішення проведення конкретного заходу. Тут виникає питання про методики визначення ефективності маркетингових заходів підприємства малого та середнього бізнесу. Для того, щоб залишатися конкурентоспроможним на ринку та привабливим для споживача, підприємство має підтримувати імідж, інвестувати у створення маркетингових комунікацій для зміцнення тісних відносин із постійними партнерами, а також коригувати плани та орієнтуватися на довгострокові перспективи [2].

Важливим напрямом удосконалення економіки в сучасних умовах є дослідження ринку та розвиток маркетингових стратегій підприємств. Рационально налагоджені маркетингові дослідження забезпечують організацію необхідною комерційною інформацією, сприяють підвищенню конкурентоспроможності та зміцненню позицій на ринку. Серед елементів ринкової економіки особливе місце займає нерухомість, яка виступає як засоби виробництва (земля, адміністративні, виробничі, складські, торгові та інші будівлі та приміщення, а також інші споруди) та предмета споживання (земельні ділянки, житлові будинки, дачі, квартири, гаражі). Нерухомість виступає основою особистого існування для громадян і є базою для господарської діяльності та розвитку підприємств та організацій усіх форм власності.

Після повномасштабного вторгнення практично всі забудовники припинили роботу на будмайданчиках. Деякі забудовники

протрималися кілька тижнів, а інші ще не відновили будівельні роботи. Це означає, що загальна площа замовлених квартир у 2022 році сягнула 7,1 млн кв.м (18,3 тис. приватних будинків і 74,3 тис. квартир) зменшилася на 38% порівняно з 2021 роком. Зменшення нової пропозиції відбулося практично по всій Україні, за винятком окремих областей. Найбільший спад у будівництві зафіксований у східних та південних регіонах – на одиниці, де зведення житла скоротилося на 70-90% у річному обчисленні [3].

Ризики фізичної безпеки – не єдиний фактор, що впливає на зниження темпів будівництва в Україні. Значне підвищення курсу валют та висока інфляція значно знизили купівельну спроможність населення. Та й вартість будівництва теж зросла. Тому більшість проєктів розвитку, особливо на ранніх стадіях, не мали достатніх коштів від покупців/інвесторів для продовження будівництва. Крім того, після знищення деяких промислових підприємств ринок зіткнувся з дефіцитом будівельних матеріалів та їх матеріально-технічного забезпечення. Як зазначили більшість розробників, цю проблему наразі вирішено.

Девелоперам вдалося адаптуватися до нових реалій і побудувати нові логістичні ланцюжки як з українськими, так і з іноземними постачальниками. З жовтня по грудень 2022 року будівельні компанії зіткнулися з новими викликами. Щоб забезпечити безперебійне будівництво, потрібно було підлаштовуватися під графіки відключень електроенергії або купувати потужні генератори. Деякі забудовники вважали розумним зупинити будівництво, що також сприяло зменшенню обсягів.

Купівельна активність на ринку житла впала на третину. Війна змусила людей більш розумно підходити до покупок, особливо великих покупок, таких як покупка квартири. У перші місяці війни у сфері житлової нерухомості угод не відбувалося. Це також пов'язано з тим, що учасники ринку не мали доступу до національного реєстру прав на нерухоме майно. З травня 2022 року каси почали поступово відкриватися, і попит почав відновлюватися, хоча й повільно. Однак, враховуючи невизначеність, фізичні та економічні ризики, більшість потенційних покупців/інвесторів, незалежно від регіону, дотримуються вичікувальної позиції.

З жовтня 2022 року в Україні працює національна програма доступного кредитування «Оселя». Наразі лише соціальні групи, такі як військовослужбовці, поліцейські, лікарі та освітяни, мають право скористатися цією схемою, яка дозволяє їм отримувати пільгові кредити на житло за ставкою 3% на рік на термін до 20 років. Ринок нерухомості

України є одним із секторів економіки, ціни на якому історично формувались в іноземній валюті. Тому українські інвестори досить часто вкладаються в нерухомість, вважаючи її безризиковою.

Маємо надію, що девелопери продовжуватимуть зосереджувати всі свої ресурси на проектах на завершальних стадіях будівництва у 2024 році. Якщо існуючі проекти будівництва й надалі відкладатимуться, а нові відкладатимуться, то в середньостроковій перспективі на ринку виникне дефіцит житлової площі. Що стосується попиту, то не очікується значних позитивних змін у короткостроковій перспективі через зниження купівельної спроможності та загальну невизначеність ринку. Коли війна повністю закінчиться і економіка стабілізується, купівельна активність поступово відновиться.

Водночас відставання попиту може вплинути на ринок житла. Внутрішньо переміщені особи, які залишаються на поточному місці проживання, також, швидше за все, розглядають можливість придбання власного житла. У довгостроковій перспективі відновлення попиту залежатиме від темпів післявоєнної макроекономічної стабілізації.

Сьогоднішній ринок нерухомості в Україні вкрай важко піддається будь-яким прогнозам. Вплив військових дій може дуже швидко змінювати ситуацію, особливо в секторі нерухомого майна. Фактично, подальший розвиток сегменту прямо залежить від декількох факторів: подальший розвиток подій всередині держави, повернення окупованих територій, темпи надходження міжнародної допомоги та інші. В довгострокових перспективах попит на ринку залежить від темпів стабілізації макроекономіки, особливостей післявоєнного відновлення, державних програм підтримки та відбудови. Крім того, важливим фактором залишається залучення іноземних інвесторів в нові інфраструктурні та житлові проекти на території України.

Інформаційні джерела

1. Савицька Н.Л., Мелушова І.Ю. Управління результативністю маркетингу: навчально-методичний посібник. У 2-х ч. Ч. 1. Харків: ХДУХТ, 2018. 116.
2. Прядко О.М., Олініченко К.С. Використання сучасних маркетингових інструментів для спонукання споживчих мотивацій. Бізнес Інформ. 2021. № 10. С. 368-374.
3. Тенденції ринку нерухомості України / URL: <https://blog.youcontrol.market/tiendientsiyi-rinku-nierukhomosti-ukrayini/>

УДК 336.02:330.34

DOI:10.5281/zenodo.11854669

С.В. Степаненко, канд. екон. наук, доц. (ХНУРЕ, Харків)

ФІНАНСОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПІДТРИМКИ ІНІЦІАТИВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Пошук фінансових джерел підтримки проектів і програм сталого розвитку сільського господарства і зелених територій у країнах ЄС сьогодні є досить складним завданням. Разом з тим, діючий механізм фінансового забезпечення амбітних цілей сталого розвитку агробізнесу ґрунтується на двох фінансових домінантах: державні цільові кошти та фінансування через механізм приватно-партнерських відносин.

Державне фінансування підтримки сталого розвитку у європейському просторі реалізується за рахунок САП, ефективним інструментом якої є Європейський аграрний фонд розвитку сільських територій (EAFRD). Він формує первинний фінансовий базис досягнення цілей сталого розвитку у розрізі економічної, соціальної та екологічної складових. Загальний бюджет EAFRD на 2021-2027 рр. становить 95,5 млрд євро [1].

Регламент стратегічного плану САП та стратегічних планів розвитку країн-членів ЄС формують законодавчий базис для реалізації фінансових інструментів підтримки ініціатив сталого розвитку на міжнародному, національному та регіональних рівнях. Фінансова підтримка передбачає більш широкі права бенефіціарів на інвестиції, розширення можливостей поєднання грантової і комерційної фінансової допомоги, відсоткових ставок на капітал та кредитні ресурси, субсидії і гарантії, розширення меж консультативно-дорадчої допомоги та потенціалу інформаційних платформ [2].

Механізм приватно-партнерських відносин ґрунтується на створенні гнучких інформаційних платформ, мереж, сайтів, на яких висвітлюється інформація про вже доступні та потенційні джерела інвестування у проекти сталого розвитку. Прикладом такого інформаційного партнерства у сфері фінансування програм сталого розвитку аграрного виробництва і зелених територій є Європейське інноваційне партнерство «Сільське господарство і сталий розвиток» та створений для його інформаційно-аналітичного забезпечення EIP-AGRI [3]. Через інструменти інформаційних повідомлень (інформаційні бюлетні) платформа інформує всіх учасників мережі про обсяги фінансового забезпечення та потенційні джерела, які можуть бути виділені на поточний та перспективний період. Також платформа надає

інформацію про обсяги національного та регіонального фінансування проєктів сталого розвитку за галузевими або територіальними ознаками.

Потужним інструментом державного механізму фінансового забезпечення країн ЄС постає Horizon 2020. Загальний бюджет Horizon 2020 становить понад 3,7 млрд. євро саме для виконання програми Societal Challenge 2 (SC2) «Продовольча безпека, сталий розвиток сільського і лісового господарства, морські і внутрішні водні дослідження та біоекономіка» (2014-2020pp.). За 2014-2020pp. у рамках проєкту Horizon 2020 близько 1 млрд євро було спрямовано на фінансову підтримку програм сталого розвитку у сільському господарстві, а саме: стала продовольча безпека, відродження сільських територій, харчові та природні ресурси. За допомогою виділених коштів було вирішено наступні завдання: 1) покращення управління ресурсам екосистем регіонів; 2) забезпечення здорового та повного харчування населення регіонів; 3) захист навколишнього середовища да адаптація агробізнесу до зміни клімату; 4) розвиток активних, зелених та інклюзивних сільських територій; 5) створення інноваційних ланцюгів формування вартості; 6) підвищення рівня цифровізації сільського господарства і зелених районів [4].

Ключовий принцип формування системи партнерського фінансування та пошуку джерел фінансового забезпечення сталого розвитку на основі створення сучасних інформаційних платформ – мультиактивний підхід та ініціативна відповідальна участь. Тобто, формувати рішення та приймати участь в їх підготовці мають безпосередні виконавці проєктів і завдань (фермери). При пошуку можливостей та перспектив фінансування безпосередні учасники (фермери, лісники, агропідприємства, агроасоціації і групи, дослідники тощо) мають у рамках комунікаційної діяльності прийти до спільного рішення, яке буде задовольняти всіх учасників процесу його імплементації у практичну діяльність. Конкретизація планів і завдань та представлення результатів проєктів відбувається у рамках інформаційної платформи та демонструє інтерактивні інновації у дії.

Трьома ключовими напрямками фінансової підтримки проєктів сталого розвитку агробізнесу і сільських (зелених) територій країн ЄС є: 1) програма сталого продовольчого забезпечення (бюджет фінансування у 2020р. – 685 млн євро); 2) програма відродження сільського господарства і сільських територій (88 млн євро); 3) продовольство та природні ресурси (208 млн євро).

Додатково активними проєктами сьогодні постають грантові програми, пов'язані із формуванням інформаційних цифрових платформ для реалізації цілей сталого розвитку агробізнесу і сільських

територій, обсяг фінансування яких становить близько 30 млн євро. [5]. Щорічно збільшується обсяг фінансування проєктів і програм сталого розвитку, пов'язаних із соціальним забезпеченням населення, таких як: коучинг і наставництво, кластерні проєкти для нових галузевих ланцюгів вартості, фінансова підтримка інновацій для малого та середнього агробізнесу [6].

Реалізація цілей сталого розвитку сільського господарства і сільських територій у рамках глобальної світової концепції майбутнього існування суспільства потребує належного фінансового забезпечення та є пріоритетом інституційного механізму управління у європейському економічному просторі. Складні умови розвитку національної економіки України, зокрема, розвитку аграрної сфери, сьогодні потребують використання нестандартних механізмів фінансової підтримки, джерелом яких постають як державні, так і приватно-партнерські ресурси. Перспективними інструментами фінансового забезпечення реалізації цілей сталого розвитку вітчизняного аграрного сектору можуть стати гнучкі фінансові продукти (гранти, інвестиції, кредити, гарантії, позики), залучення яких відбувається на базі створення інформаційно-фінансових платформ.

Бенефіціарами використання гнучких фінансових інструментів сталого розвитку сільського господарства постають всі учасники процесу, суспільство, аграрний сектор, національна економіка, теперішні та майбутні покоління.

Інформаційні джерела

1. The European Agricultural Fund for Rural Development. URL: <https://www.fi-compass.eu/funds/eafnd>
2. Bastan M., Khorshid-Doust R., Sisi S., Ahmadvand A. Sustainable development of agriculture: A system dynamic model. *Kybernetes*. 2018. № 47. P. 142-162.
3. EIP-AGRI. Official website. URL: <https://ec.europa.eu/eip/agriculture/>
4. Horizon Europe. URL: https://research-and-innovation.ec.europa.eu/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls/horizon-europe_en
5. Білоченко А.М. Теоретико-методологічні підходи до розробки інституціональної моделі фінансового забезпечення аграрного сектору. *Економіка АПК*. 2021. № 2. С. 92–98
6. Петруха С.В., Стахов Б.В. Сучасні виклики сталому розвитку аграрного сектору економіки України: теоретико-концептуальні аспекти. *Агросвіт*. 2020. № 8. С. 49–57.
7. Бірченко Н.О., Руденко С.В., Ряснянська А.М. Обліково-аналітичне забезпечення фінансової безпеки аграрних підприємств. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2022. Випуск 13. С. 191-197.

УДК 658.5:674

DOI:10.5281/zenodo.11854821

І.Ю. Тарасов, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

В.О. Іващенко, здоб. ступ. PhD (ДБТУ, Харків)

МАРКЕТИНГОВІ ПЕРСПЕКТИВИ ПІДПРИЄМСТВ ДЕРЕВООБРОБНОЇ ГАЛУЗІ У ПОВОЄННІЙ ВІДБУДОВІ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ

Деревообробна промисловість є важливим компонентом промислового сектору України, відіграючи значну роль як частина виробничих ланцюгів. Її розвиток тісно пов'язаний з динамікою лісового господарства, рівнем інновацій у виробничих процесах, станом меблевої індустрії та потребами будівельного сектору. При цьому інституційні та правові рамки мають вирішальне значення для прогресу галузі.

Деревообробна промисловість Харківського регіону, є важливою складовою лісопромислового сектору України, потребує впровадження сучасних підходів для створення науково обґрунтованих стратегій сталого розвитку. Відсутність стратегічного планування та недосконала нормативно-правова база стримують прогрес галузі та її інтеграцію у глобальні ланцюги доданої вартості. Впровадження інноваційних підходів для визначення пріоритетних напрямів сталого розвитку деревообробної промисловості регіону в умовах європейської інтеграції, спрямованих на створення конкурентних переваг, екологічну сталість, прибутковість та збалансування зовнішніх і внутрішніх вимог, відкриває можливості для вирішення екологічних, економічних та соціальних викликів. Розробка теоретичних та методичних основ для обґрунтування таких пріоритетів є ключовою для відновлення деревообробної промисловості як Харківського регіону, так і України в цілому у воєнний та повоєнний періоди.

Відбудова Харківського регіону після війни відкриває значні маркетингові перспективи для підприємств деревообробної промисловості. Розглянемо кілька ключових аспектів, які можуть вплинути на розвиток цього сектору [1, с. 35-43; 2, с. 88-92]:

1. Підвищений попит на будівельні матеріали. У повоєнний період очікується масове відновлення житлових, комерційних та інфраструктурних об'єктів, що сприятиме значному зростанню попиту на будівельні матеріали, зокрема на деревину та дерев'яні конструкції.

Зруйновані та пошкоджені житлові будинки потребуватимуть масштабної реконструкції, а також будівництва нового житла. Це

збільшить попит на різноманітні дерев'яні матеріали, такі як балки, панелі, підлоги та інші конструкційні елементи. Відновлення офісів, торгових центрів, готелів та інших комерційних будівель також сприятиме зростанню попиту на якісні дерев'яні вироби та матеріали. Деревина використовується не лише в конструкціях, але й в інтер'єрних рішеннях, що робить її важливим матеріалом для створення сучасних та функціональних просторів.

Відбудова мостів, доріг, залізниць та інших інфраструктурних об'єктів включає використання деревини в різних аспектах будівництва, особливо в тимчасових конструкціях, опалубках та захисних спорудах. Це створить додатковий попит на дерев'яні матеріали. У повоєнній відбудові регіону матиме місце і зростаючий інтерес до екологічно чистих та енергоефективних будівельних матеріалів, що в свою чергу підвищить попит на деревину, яка є відновлюваним ресурсом і має низький вуглецевий слід. Використання деревини в будівництві сприятиме зменшенню негативного впливу на довкілля, що робить її привабливим вибором для нових будівельних проєктів.

Відновлення попиту на деревину стимулюватиме розвиток місцевих деревообробних підприємств, що зможе забезпечити робочі місця та сприяти економічному розвитку Харківського регіону. Підтримка місцевих виробників може також зменшити залежність від імпортних матеріалів, підвищуючи економічну стабільність.

Окрім нових будівельних проєктів, значна частина деревини буде використовуватися для ремонтних робіт у вже існуючих будівлях. Відновлення пошкоджених дахів, підлог, стін та інших елементів вимагатиме значних обсягів дерев'яних матеріалів.

Таким чином, масове відновлення будівельних об'єктів після війни значно підвищить попит на деревину та дерев'яні конструкції, що створить сприятливі умови для розвитку деревообробної промисловості в регіоні.

2. Державна підтримка та інвестиції. Можливість отримання державної підтримки, міжнародних грантів та кредитів на відбудову може стимулювати розвиток деревообробної промисловості. Інвестиції в сучасні технології та обладнання дозволять підвищити ефективність виробництва та якість продукції.

3. Інноваційні технології та екологічність. Попит на екологічно чисті та енергоефективні матеріали сприятиме розвитку інноваційних технологій у деревообробній галузі. Використання відновлюваних ресурсів та впровадження енергоефективних технологій може стати конкурентною перевагою для підприємств.

4. Розширення ринків збуту. Підвищення будівельної активності у Харківському регіоні створить внутрішній ринок збуту для продукції деревообробних підприємств. Важливо врахувати потреби локальних споживачів та адаптувати продукцію під їх вимоги.

5. Експортні можливості. Відновлення та модернізація виробництва відкриють можливості для виходу на міжнародні ринки. Українська продукція може бути конкурентоспроможною завдяки низьким виробничим витратам та високій якості.

5. Стратегічне партнерство та кооперація. Наприклад, створення кластерів деревообробних підприємств може сприяти підвищенню конкурентоспроможності, обміну досвідом та спільному вирішенню проблем галузі. Партнерство з будівельними компаніями та девелоперами дозволить краще розуміти потреби ринку та швидше адаптуватися до змін.

6. Брендинг та маркетингова стратегія. Ефективні маркетингові кампанії та побудова сильного бренду допоможуть привернути увагу споживачів та партнерів. Важливо акцентувати увагу на якості продукції, екологічності та інноваційності.

7. Цифровий маркетинг. Використання сучасних цифрових інструментів для просування продукції, таких як соціальні мережі, SEO та контент-маркетинг, дозволить ефективно доносити інформацію до цільової аудиторії.

Таким чином, відбудова Харківського регіону у повоєнний період відкриває значні маркетингові можливості для підприємств деревообробної промисловості. Підприємства, які зможуть адаптуватися до нових умов, впроваджувати інновації та ефективно використовувати маркетингові інструменти, матимуть конкурентні переваги та сприятимуть відновленню та розвитку регіону.

Інформаційні джерела

1. Пріоритетні напрями розвитку деревообробної промисловості України у повоєнний період : кол. моногр. / за ред. М. О. Кизима, І. О. Губаревої; авт. кол. : М. О. Кизим, І. О. Губарева та ін. 2022. 268 с. С. 35-43.

2. Цимбалюк І. Інноваційна модель розвитку як нова економічна парадигма повоєнного відновлення України. *Ukraine innovate: сучасні моделі для відновлення: матер. V Міжнар. наук.-практ. конф. (Луцьк, 25 жовтня 2023 р.)*. Луцьк : Вежа-Друк. 2023. 211 с. С. 88-92.

УДК 336.71:658.8

DOI:10.5281/zenodo.11855162

І.Ю. Тарасов, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

Є.Г. Мисько, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)

В.С. Литвиненко, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)

ПРОГРАМИ ЛОЯЛЬНОСТІ ЯК СКЛАДОВА ЧАСТИНА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

Поняття «лояльності споживача» є базовим елементом здійснення бізнесу та маркетингової діяльності підприємства (установи), що дозволяє йому сформуванню стійкий контингент клієнтів.

Першу спробу визначення поняття «лояльності споживача до бренду» було зроблено у 1923 році Мелвіном Коуплендом, який сформулював його наступним чином: «Споживач, лояльний бренду, – це людина, яка купує ваш бренд в 100% випадків» [1].

Умовно програми лояльності банків можна поділити на 3 групи:

- внутрішні;
- кобрендінгові;
- коаліційні.

Внутрішні проявляються безпосередньо у тих послугах, які банк пропонує своїм клієнтам. По суті, це є використання внутрішніх стандартів обслуговування клієнтів. Перевага їх використання полягає в тому, що банк несе відповідальність лише за якість надання своїх послуг та не залежить від діяльності інших підприємств чи організацій.

Кобрендінгові програми поєднують банк з одним або декількома брендами (торговельними мережами), де у якості бонусу виступають, як знижки у мережах, так й можливості кешбеку від фінансової установи.

Перевага їх використання полягає в тому, що споживач має можливість платити менше за товари чи послуги відомих торгових мереж. Завдяки брендам, що беруть участь у проєкті, а також за рахунок додаткової вигоди від наявності картки, що позитивно впливає на прибутковість банківського бізнесу.

Коаліційна програма передбачає створення коаліції, що складається з банку та певної кількості партнерів для отримання спільної вигоди. У якості партнерів залучають торговельні мережі продуктивних супермаркетів та тих, хто займається реалізацією побутової техніки та електроніки, парфумів та косметики, операторів стільникового зв'язку, підприємствами ресторанного, туристичного та готельного бізнесу. Під час придбання товарів (послуг) клієнт використовує картку банку і за це отримує певний відсоток на власний

бонусний рахунок. Безпосередніми перевагами цього типу програм є те, що одночасно отримують вигоду декілька учасників, тим самим підтримуючи та стимулюючи діяльність друг друга.

Розглянемо програми лояльності, що використовує у своїй діяльності А-банк: картка «АТБ»; картка «Вигода»; картка «Дитяча»; картка «Українці разом»; картка «Відновлення»; картка «Підтримка».

1. Картка «АТБ» Отримати карту можна було як у відділеннях банку, так и безпосередньо у супермаркетах АТБ де чергували співробітники банку та пропонували її безкоштовне оформлення. Згідно програми її використання надає власнику певні вигоди, а саме:

- зарахування на картку 50 грн. від банку у якості «кеш-беку» при реєстрації;

- картку можна використовувати як у дебетовому, так й кредитовому форматі, а сума кредитного ліміту може складати від 1 тис. грн. до 200 тис. грн.;

- 1,2% кеш-беку та покупки у мережі АТБ;

- до 20% кеш-беку на певні (обрані) категорії товарів від партнерів програми (мережі «Аврора», «Епіцентр», Megogo, COMFY, WOG, MOYO, E-ZOO, Knigoland, Книгарня Є та ін.);

- можливість безкоштовного поповнення мобільного зв'язку усіх українських операторів;

- можливість здійснення комунальних платежів без комісії за допомогою додатка А-Bank24.

Згідно з домовленістю з мережею АТБ додаткова знижка у розмірі 5% діє на більш ніж 1000 товарів з цінником, на якому вказана ціна при оплаті картою «АТБ», а перелік товарів змінюються кожні 1-2 тижні.

2. Картка «Вигода»:

- розстрочка (кредит) до 6 місяців під 0,00001% річних;

- кешбек «Вигода» - 1% кешбеку під час використання картки у всіх торговельних підприємствах країни;

- 1000 — 200 000 ₪ сума кредитного ліміту;

- бали «Вигода» - 1% балами за будь-які покупки у мережі

Епіцентр;

- 3,4%/міс. - базова процентна ставка;

- до 62 днів пільгового періоду користування кредитними коштами;

- 100 грн. додатковий екстра-кешбек.

3. Картка «Дитяча. Банк позиціонує цю програму, як картка для клієнтів від 6 до 17 років, яка з легкістю замінює кишенькові гроші. При цьому банк дозволяє здійснювати батьківський контроль за коштами.

4. Картка «Українці разом». Банк позиціонує цю програму, як ту, що задовольнить будь-які потреби клієнта у банківському обслуговуванні, а також надасть соціальні знижки та послуги для учасників бойових дій на сході України та членів їхніх сімей. До характеристик цієї карткової програми належать:

- кредитний ліміт у розмірі 1000 – 200 тис. грн. та 62 дні пільгового періоду на погашення витрат кредитних коштів;
- базова процентна ставка у розмірі 3,4%/міс.;
- кешбек до 20% на обрані категорії товарів від партнерів програми.

5. Картка «Відновлення» є результатом домовленості з Урядом та орієнтована на можливість отримання грошової допомоги для ремонту житла, пошкодженого через бойові дії. Реєстрація на отримання картки здійснюється виключно у застосунку «Дія». При цьому надається кешбек у мережі Епіцентр у розмірі 10% на перші 5 000 грн і 2% — на наступні, а кошти можна витратити, відповідно, виключно на придбання будматеріалів та оплату будівельно-ремонтних послуг.

6. Картка «ЄПідтримка» - «це картка для отримання виплат громадянам, які потребують допомоги. Зарахування коштів на картку можливе через діючі програми допомоги в Дія від держави або через надання реквізитів картки при подачі заявки на отримання допомоги від зовнішніх організацій».

Розробка та використання програм лояльності дозволяють фінансовим установам запровадити використання Open banking як новий рівень задоволення потреб споживачів на ринку банківських послуг [2].

Інформаційні джерела

1. Волков А.В. Сучасна інтерпретація еволюції рівнів лояльності споживача. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Випуск 25. Частина 1. С. 59 – 62.

2. Тарасов І.Ю. Open banking як новий рівень задоволення потреб споживачів на ринку фінансових послуг // Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 2 листопада 2022 р. / ДБТУ. Харків, 2022. С. 204 – 206. URL: <https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2022/11/tezy-konf-02-11-22.pdf>

УДК 339.727.22

DOI:10.5281/zenodo.11855614

Г.Б. Тимохова, канд. екон. наук, доц. (ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків)

Б.В. Спольнік, здоб. ОС «бакалавр» (ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків)

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТООРІЄНТОВАНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ЕКОСИСТЕМИ

Залучення інвестицій з країн Євросоюзу (ЄС) є критично важливим для розвитку економіки України та створення сприятливих умов для підприємницької діяльності. Розглянемо основні тези та проблематику, пов'язану з цим процесом, використовуючи інформацію з різних джерел.

Інвестиції з ЄС сприяють модернізації української економіки, подоланню технічної відсталості, залученню новітніх технологій, створенню нових робочих місць та виходу на світові ринки. Європейська інтеграція для України також передбачає демократизацію суспільства, захист прав і свобод людини, розбудову високотехнологічної економіки та впровадження європейських стандартів якості життя населення [4]. Наприклад, Австрія є одним з найбільших інвесторів в українську економіку, що свідчить про значний потенціал подальшого інвестиційного співробітництва [1].

Для залучення інвесторів створено унікальні платформи, такі як "Advantage Ukraine", де зібрано понад 500 інвестиційних проектів у різних галузях економіки. Це допомагає потенційним інвесторам отримати вичерпну інформацію про можливості та вигоди від інвестування в Україну [2]. Ця платформа покликана зробити процес інвестування більш прозорим та доступним, полегшуючи іноземним інвесторам орієнтуватися в українському ринку.

В Україні активно розвивається підприємницька екосистема, що включає створення стартап-інкубаторів та університетських центрів інновацій. Такі ініціативи як YEP та програми USAID сприяють формуванню підприємницької культури та підтримують молоді стартапи [3]. Додатково, університети перетворюються на центри стартап-руху, що стимулює інновації та підприємницьку активність серед молоді.

Однією з головних проблем залучення інвестицій є високий рівень корупції та необхідність проведення економічних реформ. Це включає боротьбу з корупцією, здійснення економічних реформ та вступ до Світової організації торгівлі (СОТ) [4]. Важливою умовою для

покращення інвестиційного клімату є забезпечення прозорості у веденні бізнесу та захист прав інвесторів.

Відтік інвестицій з України також залишається проблемою. У 2020 році значний відтік спостерігався з таких країн як Греція, Ірландія, Іспанія та Нідерланди, що свідчить про нестабільність інвестиційного клімату [1]. Важливо розробити стратегії для збереження та примноження інвестицій в Україні.

Розвиток інфраструктури є ще одним викликом для залучення інвестицій. Необхідні інвестиції у транспортну та логістичну інфраструктуру, щоб забезпечити ефективні ланцюги постачання та зменшити витрати на експорт товарів та послуг до ЄС [2]. Вдосконалення інфраструктури сприятиме підвищенню конкурентоспроможності української продукції на міжнародних ринках.

Доступ до фінансових ресурсів є фундаментальним фактором для розвитку підприємницької діяльності, особливо в контексті експортоорієнтованої економіки. Наявність ефективних фінансових інструментів дозволяє підприємцям залучати необхідний капітал для розширення своїх бізнесів, впровадження інновацій та виходу на міжнародні ринки.

Краудфандинг є одним з найбільш популярних сучасних фінансових інструментів, що дозволяє залучати кошти від великої кількості людей через спеціалізовані онлайн-платформи. Цей метод фінансування є особливо корисним для стартапів та малих підприємств, які можуть використовувати краудфандинг для залучення інвестицій на ранніх стадіях розвитку. В Україні активно розвиваються платформи краудфандингу, такі як Spilno, Big Idea та Na-Starte, які допомагають підприємцям знаходити фінансову підтримку для реалізації своїх проєктів.

Венчурний капітал також є не менш важливим джерелом фінансування для інноваційних стартапів та компаній, що працюють у високотехнологічних секторах. Венчурні інвестори надають капітал в обмін на частку в компанії, що дозволяє стартапам розвиватися без необхідності залучення традиційних кредитів. В Україні з'являється все більше венчурних фондів, таких як AVentures Capital, TA Ventures, та SMRK, які підтримують перспективні проєкти та сприяють розвитку технологічного підприємництва.

Варто також звернути увагу на цифрову трансформацію без якої підвищення конкурентоспроможності українських підприємств може опинитися під загрозою в період глобалізації та розвитку новітніх технологій. Впровадження сучасних ІТ-рішень, таких як блокчейн,

штучний інтелект та Інтернет речей (IoT), сприяє підвищенню ефективності бізнес-процесів і створенню нових можливостей для експорту.

Україна за останні роки значно просунулася у впровадженні сучасних IT-рішень та цифровій трансформації. Зокрема, Україна стала одним із лідерів у впровадженні блокчейн-технологій. Система Prozorro для державних закупівель, заснована на блокчейні, забезпечує прозорість та відкритість процесу закупівель, що значно знижує корупційні ризики. Це створює сприятливі умови для іноземних інвесторів, які можуть бути впевнені у чесності та відкритості ведення бізнесу в Україні. Крім того, українські компанії, такі як BitFury, активно розробляють блокчейн-рішення для бізнесу та державного сектора, що підвищує довіру до українських технологій на міжнародному ринку.

AI стає все більш поширеним в Україні. Багато українських компаній, такі як Grammarly та Reface, успішно застосовують AI для створення інноваційних продуктів. Grammarly, заснована українськими підприємцями, використовує AI для розробки інструментів покращення писемності та граматики, що здобуло світове визнання. Reface, зі своєю технологією заміни обличчя на відео, стала популярною на глобальному рівні, демонструючи потенціал українських розробок у сфері AI. Ці успіхи підвищують інвестиційну привабливість України, показуючи, що країна може створювати та розвивати передові технології.

Висновок. Залучення інвестицій з країн Євросоюзу та розвиток підприємницької екосистеми є ключовими факторами для економічного зростання України. Незважаючи на існуючі проблеми, зусилля уряду та приватного сектора спрямовані на створення сприятливих умов для інвесторів та підтримки інноваційних стартапів, що в перспективі забезпечить стійке економічне зростання.

Інформаційні джерела

1. Інфографіка – прями інвестиції і торгівля між Україною та країнами Європи. URL: <https://www.slovoidilo.ua>
2. Інвестиції в Україну та відновлення економіки | Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua>
3. Startup Ecosystem Conference Міністерство цифрової трансформації. URL: <https://thedigital.gov.ua>
4. Європейська та євроатлантична інтеграція України. URL: <https://www.eeas.europa.eu>

УДК 327(427)

DOI:10.5281/zenodo.11856385

С.О. Тульчинська, д-р екон. наук, проф. (НТУУ «КПІ ім. І. Сікорського», Київ)

В.Є. Кочетова, здоб. ОС «магістр» (НТУУ «КПІ ім. І. Сікорського», Київ)

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ НА ЄВРОПЕЙСЬКИХ РИНКАХ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ

Європейський ринок представляє собою складну, але водночас привабливу арену для українських підприємств, що прагнуть розширити свою присутність. Потенціал європейського ринку, з його високим рівнем купівельної спроможності та стабільною економікою та відкриває широкі можливості для збільшення обсягів експорту.

Успішне проникнення на європейський ринок вимагає від українських підприємств глибокого розуміння місцевих умов та особливостей. Це включає адаптацію продукту до стандартів та вподобань європейських споживачів, дотримання суворих регуляторних вимог і стандартів якості, а також розробку ефективних маркетингових стратегій, що враховують різноманітність культурних та економічних умов в різних країнах ЄС. Тому доречно переглянути впливи факторів та стратегій на динаміку товарної структури експорту за 2005-2023рр., яка наведена на рисунку 1.

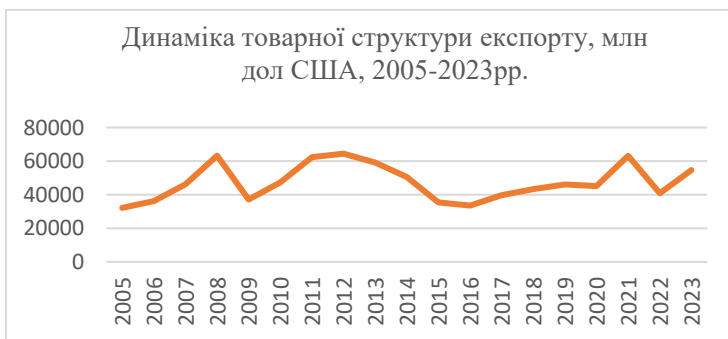


Рисунок 1 – Динаміка товарної структури експорту, 2005-2023рр. [4]

Отже, періоди різкого зростання (2007-2008, 2010-2012) свідчать про позитивні зміни в економіці та покращення торгових відносин. Різде падіння в 2009 році (після глобальної фінансової кризи) та коливання в

наступні роки підкреслюють вразливість українського експорту до зовнішніх економічних факторів. Зростання обсягів експорту після 2010 року свідчить про здатність українських підприємств адаптуватися до нових ринкових умов та вимог. Незважаючи на певні спади, загальна тенденція свідчить про зростання експортних можливостей України, які потребують постійного вивчення маркетингових стратегій просування, які представлені у таблиці 1.

Таблиця 1 - Маркетингові стратегії просування продукції на європейських ринках [2, с.78]

Адаптація продукту	Локалізація продукту	Продукт повинен відповідати місцевим стандартам якості, уподобанням споживачів та законодавчим вимогам.
	Пакування та маркування	Важливо забезпечити відповідність пакування та маркування вимогам конкретної країни, включаючи переклад інформації на місцеві мови та дотримання стандартів безпеки та якості.
Вибір каналів дистрибуції	Традиційні канали	Співпраця з місцевими дистриб'юторами, ритейлерами та оптовиками може допомогти швидко вийти на ринок та забезпечити широку доступність продукту.
	Електронна комерція	Використання онлайн-платформ та маркетплейсів може значно розширити охоплення ринку та забезпечити зручність для споживачів.
Промоційні заходи	Реклама та PR	Використання різних форм реклами, включаючи телевізійну, онлайн-рекламу та соціальні медіа, може допомогти створити впізнаваність бренду та залучити клієнтів.
	Участь у виставках та ярмарках	Присутність на міжнародних виставках та галузевих ярмарках дозволяє презентувати продукцію широкій аудиторії та встановити прямі контакти з потенційними партнерами та клієнтами.

Таким чином, для успішного проникнення на європейський ринок, українським підприємствам необхідно не лише забезпечити високу якість своїх продуктів, але й вміло адаптувати їх до місцевих умов, використовуючи ефективні маркетингові стратегії та глибоке розуміння споживчих уподобань [1, с.49]. Це вимагає комплексного підходу, що включає дослідження ринку, аналіз конкурентного

середовища, розробку інноваційних продуктів та ефективну комунікацію з потенційними клієнтами.

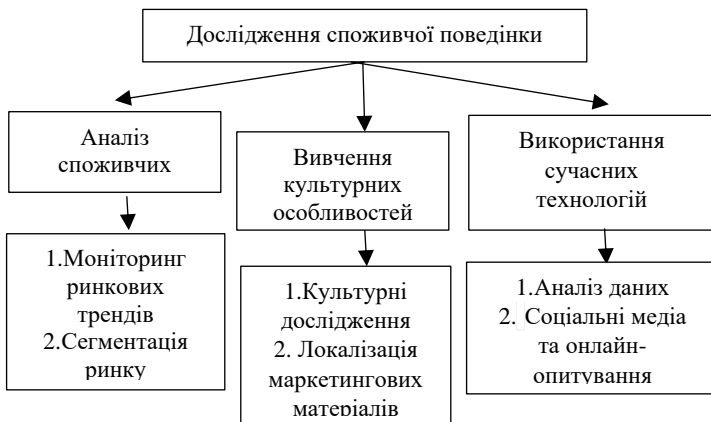


Рисунок 2 – Дослідження споживчої поведінки в контексті маркетингової стратегії просування продукції [1,3]

Успішне просування української продукції на європейських ринках вимагає комплексного підходу, що включає адаптацію продукту до місцевих умов, використання ефективних маркетингових стратегій та глибоке розуміння споживчої поведінки. Важливим є постійне дослідження ринку, моніторинг змін у вподобаннях споживачів та адаптація стратегії просування відповідно до нових викликів та можливостей. Завдяки цьому українські підприємства зможуть закріпитися на європейському ринку.

Інформаційні джерела

1. Harrison, T. (2021). Financial Services Marketing: An International Guide to Principles and Practice. Kogan Page.

2. Варналій, З. С. (2022). Стратегії міжнародного маркетингу. Київ: КНТЕУ.

3. Мартиненко В.П. Функції управління маркетинговою діяльністю підприємства / В.П. Мартиненко, А.Ю. Куниця // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип.6 (253). – К., 2022.- с.42-47.

4. Статистика - Зовнішня торгівля товарами з країнами ЄС [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: www.ukrstat.gov.ua.

УДК 332:339.9:338.47

DOI:10.5281/zenodo.11856941

Є.В. Чеботарьов, д-р, ад'юнкт (ЛУ, Польща); канд. екон. наук, доц.
(ІЕП НАН України, Київ)

«ЛЮБЛІНСЬКИЙ ТРИКУТНИК»: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗШИРЕННЯ ТА ЗАСІБ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ УКРАЇНИ

Аналіз причин російсько-української війни; загальної динаміки її розвитку та особливостей на етапі повномасштабної фази дають підстави відзначити формування низки фундаментальних викликів для України й значною мірою – для світового співтовариства: російсько-українська війна підтверджує необхідність пошуку нових форм інтеграційного співробітництва, які б, не відкидаючи його існуючі дієві форми, дозволили ефективно реагувати на такі виклики.

Однією з таких інституційних форм інтеграційної співпраці у подоланні світовою спільнотою цивілізаційних викликів (для України – ще й допомоги у повоєнному відновленні) є створення так званих міжнародних альянсів. Прикладом створення такого роду альянсу є заснування у 2020 р. платформи «Люблінський трикутник» у складі Польщі, Литви та України/ При цьому постає комплексна проблема з'ясування об'єктивних передумов створення таких альянсів. Теоретико-методологічну основу розробки проблематики альянсів складають теорії міжнародної інтеграції, насамперед – федералістської теорії, засновниками якої є Ж. Моне та Р. Шуман [1], а також концепція «Великої шахівниці» З. Бжезінського з визначенням п'яти вісей Євразії, однією з яких виокремлюється Україна та визнанням також важливого значення Польщі та країн Балтії [2].

Дослідження проблематики міжнародних альянсів дозволяє ідентифікувати сутнісні засади, що формують саму принципову можливість їх створення та повноцінного функціонування. Зазначені об'єднання мають відповідати, насамперед, таким науково-практичним положенням: мати глибоке інституційне коріння щодо всіх держав-учасниць; за просторовим розташуванням такі об'єднання мають мати субрегіональний внутрішньоконтинентальний характер; подібні альянси повинні мати досить значний сукупний ресурсний потенціал у контексті відповідних континентів. Аналіз передумов створення «Люблінського трикутника», його сукупного ресурсного потенціалу та перспектив розвитку виступають науково-практичним підґрунтям для

такого проміжного висновку: цей альянс (на відміну від багатьох інших) відповідає всім ідентифікованим критеріальним положенням.

За умов відповідного інституціонального супроводу та провадження економічної регуляторної політики з боку держав, співробітництво країн «Люблінського трикутника» може стати потужним чинником доєднання до цього альянсу низки інших країн Центральної та Східної Європи. Вихідною основою залучення інвестицій у розбудову «Люблінського трикутника» в контексті повоєнного відновлення України виступає SWOT-аналіз об'єкту інвестиційної діяльності. Його представлено на рис. 1

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Наявність альянсу «Люблінський трикутник» як основи його подальшого розширення. 2. Достатньо значний (і такий, що у підвищується) рамках Європейського Союзу сукупний економічний потенціал існуючого альянсу. 3. Наявність у нинішніх країнах-учасниках альянсу багатьох критично важливих для Європи інфраструктурних об'єктів. 4. Вигідне географічне положення альянсу зі спільними кордонами. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Війна в Україні як загальний стримуючий інституціональний чинник розвитку альянсу. 2. Масштаб людських, економічних та природничих втрат України внаслідок російсько-української війни. 3. Лояльність до російсько-української війни окремих політичних сил у нинішніх країнах альянсу.
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Сприятливе інституціональне середовище розширення альянсу в його нових потенційних країнах-учасниках. 2. Висока прогнозована підтримка світової спільноти розширення альянсу. 3. Отримання Україною офіційного статусу країни-кандидата на вступ до Євросоюзу. 4. Схвалення Євросоюзом Плану відновлення Ukraine Facility. 5. Широка присутність бізнесу країн-учасниць та його нових потенційних членів в економіці України. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Потенційна можливість «заморожування» російсько-української війни. 2. Прихід до влади у країнах-учасниках розширеного альянсу антиукраїнських політичних сил. 3. Прихід до влади в окремих найрозвиненіших країнах світу антиукраїнських політичних сил.

Рисунок 1 - SWOT-аналіз розширеного альянсу «Люблінський трикутник» (у складі Польщі, Литви, України, Латвії та Естонії)

Слід відмітити дійсно сильною стороною розширення альянсу наявність вже існуючої організації. Найбільш слабкою стороною є масштаб людських, економічних і природних втрат України внаслідок війни. Так, за результатами звіту Світового банку «Швидка оцінка шкоди та потреб України» (RDNA3) прямі збитки України, завдані внаслідок повномасштабної війни за період з 24.02.2024 р. по 31.12.2023 р. склали близько 138, 2 млрд. євро, а потреби на відновлення - 440,5 млрд. євро.

Першорядною загрозою у розвитку «Люблинського трикутника», зокрема – й щодо його розширення, слід ідентифікувати потенційну можливість «заморожування» російсько-української війни. Її не можна недооцінювати, тому світова спільнота вже розробляє нові інституційні форми та механізми щодо її попередження з відповідним фінансовим забезпеченням. У цьому відношенні велику роль відіграє ухвалення Європейським Союзом у березні 2024 р. плану повоєнного відновлення Ukraine Facility з виділенням на 2024-2027 рр. 50 млрд. євро.

Ще одну важливу можливість успішного розширення альянсу «Люблинський трикутник» становить широка присутність бізнесу його країн-учасниць та нових потенційних членів в економіці України (з перспективою участі в її повоєнному відновленні). Так, аналіз даних Державної служби статистики України показує, що за період 2015-2023 рр. зовнішньоторговельний оборот України з Польщею, Литвою, Латвією та Естонією суттєво зріс; найбільше – з Польщею: на 305,3 % [3]. Загальний обсяг зовнішньої торгівлі чотирьох країн з Україною у 2023 р. досяг близько 13,9 млрд. дол. США, а його питома вага у загальних обсягах торгівлі Євросоюзу з Україною становить 25,4% [3].

За підсумком, це дозволяє ідентифікувати формування повноцінно функціонуючого альянсу «Люблинський трикутник», як один зі стратегічних напрямів державної політики повоєнного відновлення України та механізмів забезпечення масштабної інвестиційної підтримки міжнародного співтовариства в її реалізації. Водночас, принципово важливим слід вважати неприпустимість штучного форсування процесів розширення альянсу.

Інформаційні джерела

1. Monnet J. Memoirs. Translated by Mayne, Richard. Garden City, New York: Doubleday & Company, Inc., 1978.
2. Brzezinski Z. The Grand Chessboard: American Primacy and Its Geostrategic Imperatives. Hachette, UK, 2016.
3. Національний Банк України: Зовнішньоторговельні відносини України з країнами ЄС (2015-2023). URL: https://bank.gov.ua/files/ES/EU_y.pdf

УДК 316.4

DOI:10.5281/zenodo.11857641

Н.В. Шандова, д-р екон. наук, проф. (ХНТУ, Хмельницький)

В.В. Стемковський, здоб. ступ. PhD (ХНТУ, Хмельницький)

ТРЕНДИ СОЦІАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Соціальне інвестування, також відоме як інвестиції з урахуванням ESG-факторів (Environmental, Social, Governance), набуває значущості у всьому світі, що відображається у збільшенні обсягу керованих активів з урахуванням ESG-критеріїв та у зростаючому інтересі з боку як інституційних, так і роздрібних інвесторів. Так, за даними Global Sustainable Investment Alliance (GSIA), глобальні стійкі інвестиції досягли \$35,3 трлн 2020 року, що на 15% більше порівняно з 2018 роком, водночас частка стійких інвестицій становить 36% усіх керованих активів у всьому світі. Розглядаючи внесок регіонів у збільшення частки стійких інвестицій, необхідно зазначити, що лідером за обсягом стійких інвестицій залишається Європа, де інвестиції сягнули \$12,0 трлн 2020 року, що становить 48% усіх європейських активів під управлінням; у Північній Америці стійкі інвестиції зросли до \$17,1 трлн 2020 року, що становить 33% усіх активів під управлінням у регіоні; в Азійсько-Тихоокеанському регіоні стійкі інвестиції збільшилися до \$4,5 трлн 2020 року [1].

Соціальні інвестиції охоплюють широкий спектр тем і напрямів. Ці інвестиції спрямовані на підтримку проєктів і компаній, які не тільки приносять фінансовий прибуток, а й сприяють розв'язанню соціальних та екологічних проблем. Сьогодні основними темами соціальних інвестицій є:

- сталий розвиток та охорона довкілля, у межах якої набувають розвитку: відновлювані джерела енергії (сонячна, вітрова, гідроенергетика), енергоефективність (підтримка технологій і проєктів, спрямованих на поліпшення енергоефективності будівель, транспорту та промисловості), управління відходами (інвестиції в переробку, утилізацію та управління відходами для зменшення забруднення й ефективного використання ресурсів), збереження біорізноманіття (проєкти із захисту лісів, океанів та інших екосистем, а також збереження рідкісних тварин та інших видів тварин);

- соціальне благополуччя, що охоплює: охорону здоров'я (інвестиції в медичні заклади, доступ до охорони здоров'я, фармацевтичні дослідження і технології, що поліпшують якість медичної допомоги), освіту (фінансування освітніх установ, програм

професійного навчання, а також технологій та інновацій у сфері освіти), житлові умови (проекти з будівництва доступного житла та покращення умов проживання в незаможних районах), соціальну інклюзію та рівність (проекти, спрямовані на підтримку гендерної рівності), управління та етику (проекти, що спрямовані на підтримку гендерної рівності);

- управління та етика, що включає: корпоративне управління (підтримка компаній з високими стандартами корпоративного управління, прозорістю та відповідальністю), етику бізнесу (підтримка компаній, що дотримуються етичних норм і стандартів, запобігають корупції та сприяють чесній діловій практиці), прозорість та звітність (підтримка ініціатив з покращення розкриття інформації та звітування компаній щодо своїх соціально відповідальних практик).

Таким чином, тематика соціальних інвестицій охоплює безліч напрямів, які сприяють сталому розвитку та соціальному благополуччю. Інвестори, орієнтовані на ESG-фактори, прагнуть не тільки отримати фінансовий прибуток, а й внести позитивні зміни в суспільство і навколишнє середовище.

З іншого боку, інтеграція чинників ESG в інвестиційні рішення допомагає компаніям не тільки управляти ризиками, підвищувати довгострокову прибутковість, робити внесок у сталий розвиток, а також сприяє розвитку людського капіталу, реалізуючи проекти, що поліпшують якість освіти, охорону здоров'я, умови праці та соціального захисту. Ці інвестиції створюють можливості для професійного та особистісного зростання, покращуючи добробут населення та сприяючи сталому соціально-економічному розвитку.

Соціальне інвестування стає більш популярним і поширеним у світі, тому що дедалі все більше людей та організацій визнають необхідність врахування соціальних та екологічних чинників під час ухвалення рішень про інвестування. Однак для розвитку на вітчизняних теренах, для залучення більшої кількості інвесторів та створення стійкої фінансової екосистеми, соціальне інвестування має супроводжуватися ефективними інформаційними кампаніями з роз'яснення та обговорення напрямів, механізмів і ефектів соціального інвестування. Для досягнення цієї мети пропонуємо низку заходів, зокрема:

- реалізація освітніх програм і семінарів для інвесторів, менеджерів фондів і фінансових консультантів з питань сталого розвитку та соціального інвестування, просування освітніх курсів в університетах і на онлайн-платформах, що фокусуються на сталому та соціально відповідальному інвестуванні;

- організація міжнародних конференцій за темою соціального інвестування, де учасники можуть обмінюватися досвідом, обговорювати останні тенденції та встановлювати ділові контакти, спеціалізованих форумів і круглих столів за участю представників бізнесу, уряду, академічного співтовариства та громадянського суспільства для обговорення та просування ідей соціального інвестування;

- проведення інформаційних кампаній у ЗМІ, соціальних мережах і на спеціалізованих платформах для підвищення обізнаності про важливість і переваги соціального інвестування, поширення звітів, досліджень і кейс-стаді, які демонструють успішні приклади соціального інвестування та його позитивний вплив на суспільство і навколишнє середовище;

- розробка та впровадження стандартів і рейтингів ESG, які допоможуть інвесторам оцінювати компанії та фонди з погляду їхньої соціальної та екологічної відповідальності;

- розробка державних програм і надання субсидій для підтримки проєктів соціального інвестування та стимулювання компаній до впровадження ESG-практик;

- запровадження нормативних вимог для компаній щодо розкриття інформації про свою ESG діяльність та забезпечення прозорості в питаннях сталого розвитку;

- розвиток партнерства з неурядовими організаціями, що опікуються питаннями сталого розвитку та соціальної відповідальності, для реалізації спільних проєктів і програм тощо.

Соціальне інвестування повинне відігравати ключову роль у сталому розвитку України, сприяючи економічному зростанню, поліпшенню екологічної ситуації та соціальному добробуту. Впровадження та підтримка ESG-практик допоможе Україні інтегруватися в глобальні фінансові ринки, залучати міжнародні інвестиції та створити більш справедливе і стійке суспільство.

Інформаційні джерела

1. Hand D., Ringel B., Danel A. Sizing the Impact Investing Market: 2022. The Global Impact Investing Network (GIIN). New York. 2022.

2. Larcker D., Tayan B. Investing in Human Capital: The Value of Social Responsibility in Enhancing Employee Engagement. Stanford Graduate School of Business. URL: <https://www.gsb.stanford.edu/>

СЕКЦІЯ 3.

**РЕАЛІЇ
ТА ПЕРСПЕКТИВИ
ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ
НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ
РИНКУ**

UDC 316.35 (374)

DOI:10.5281/zenodo.11858067

Cezara Abramihin, PhD in Economics, Associate Prof. (*Academy of Economic Studies of Moldova, Kishinev*)

INCLUSION AND INTEGRATION OF VULNERABLE POPULATION GROUPS THROUGH LIFELONG LEARNING

Inclusion and integration of vulnerable population groups through lifelong learning is a vital strategy for fostering social equity and empowerment. Lifelong learning encompasses all learning activities undertaken throughout life, aiming to improve knowledge, skills, and competencies within a personal, civic, social, or employment-related perspective.

Contemporary economic and societal challenges determine the need to develop a new paradigm of education - that of lifelong learning (LLL) and the awareness that education does not end with obtaining a degree or a job, permanent learning is a prerequisite for adapting to the ever-changing professional, economic, social, informational and technological demands.

Lifelong learning is considered an essential feature of the information society. Population ageing; massive emigration of adults in search of better job opportunities; low employment rate; low level of competitiveness; shortcomings in the education system; lack of skills; early leaving of studies; functional illiteracy are just some of the challenging causes for supporting long-term economic growth, which led to the need to reformulate the concepts of educational systems.

Lifelong learning is all learning activities, intentionally undertaken on an ongoing basis with the aim of improving knowledge, skills and competences.

The central priority of the Lifelong Learning Program is to transform the European Union into the most competitive knowledge-based economy in the world, capable of sustainable economic growth accompanied by a quantitative and qualitative increase in the number of jobs and greater social cohesion. [1]

Lifelong learning encompasses early childhood education, pre-university education, higher education, adult education and continuing vocational training.

The European Parliament and the Council of the EU recommend that Member States develop „the provision of key competences for all as part of their lifelong learning strategies”. [3]

Thus the key competences comprise three aspects of life [4]: personal fulfillment and lifelong development (cultural capital); active citizenship and inclusion (social capital); employment (human capital).

In this context, the inclusion of vulnerable groups through lifelong learning is a topic of great importance from the perspective of social and economic development.

Vulnerable groups of the population are segments of society that are in a more fragile position from a social, economic, or other point of view, and that are more exposed to various risks and difficulties [2]. These groups may include, but are not limited to: older people, children and youth, people with disabilities, ethnic and cultural minorities, people who are homeless or in poverty, women and children victims of domestic violence, refugees and asylum seekers, LGBTQ+ people, migrant or precarious workers, people with mental health problems, and other.

These vulnerable population groups face multiple barriers and challenges in accessing education and training: lack of physical access to educational institutions; discrimination and social prejudice; insufficient financial resources; lack of adequate support; lack of adapted policies and infrastructures.

Here's a detailed exploration of how lifelong learning can aid in the inclusion and integration of vulnerable groups depending on their specifics:

1. Enhancing employability and economic participation. Lifelong learning initiatives provide vulnerable groups with the skills and qualifications needed to enter or re-enter the workforce. Programs focused on vocational training, adult education, and skill development can help individuals gain employment and improve their economic situation.

2. Improving social integration and civic participation. Educational programs promote social cohesion by helping individuals from diverse backgrounds understand and respect each other. Lifelong learning fosters a sense of community and belonging, encouraging active citizenship.

3. Addressing health and well-being. Lifelong learning can contribute to better health outcomes by providing education on health-related topics. Vulnerable groups often face health disparities, and education can play a crucial role in mitigating these.

4. Promoting inclusivity and reducing discrimination. Educational initiatives designed with inclusivity in mind can help reduce discrimination and social exclusion. By creating learning environments that are accessible and welcoming to all, education systems can promote equal opportunities. (Inclusive Education Policies, Diversity Training: Educates about the importance of diversity and inclusion in both educational settings and workplaces)

5. Empowering women and marginalized groups. Lifelong learning provides marginalized groups, particularly women, with opportunities to gain education and training, which can lead to greater empowerment and independence. (Women's Literacy and Education Programs, Support for Marginalized Communities: Tailored programs for ethnic minorities, LGBTQ+ individuals, and other marginalized groups), and other.

Key Strategies for Implementation:

- Multi-stakeholder Partnerships: Collaboration between governments, NGOs, educational institutions, and the private sector.
- Flexible Learning Pathways: Offer various entry points and flexible schedules to accommodate different life circumstances.
- Access to Technology: Ensure that digital learning tools and internet access are available to all, especially in remote or underserved areas.
- Policy Support: Advocate for policies that promote lifelong learning opportunities and remove barriers to education for vulnerable populations.

Inclusion and integration through lifelong learning is not just about providing education but also about creating a supportive environment where all individuals have the opportunity to thrive. By addressing the specific needs of vulnerable groups and implementing inclusive educational practices, societies can build more equitable and resilient communities.

Acknowledgments / Note: The article was developed within the framework of Subprogram 030101 „Strengthening the resilience, competitiveness, and sustainability of the economy of the Republic of Moldova in the context of the accession process to the European Union”, institutional funding.

Information sources

1. Lifelong Learning. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM%3Ac11047>
2. Platforma europeană de combatere a sărăciei și a excluziunii sociale: un cadru european pentru coeziunea socială și teritorială. Bruxelles, 2010. Disponibil: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0758&from=GA>
3. Recomandare a Consiliului privind competențele-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții. Bruxelles, 17.01.2018. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018DC0024&from=LT>
4. Savga L. Implementarea modelului european de învățare pe tot parcursul vieții în Republica Moldova. http://akademos.asm.md/files/1_20_122-129.pdf

UDK 331.1

DOI:10.5281/zenodo.11858664

Y. Biriukov, PhD students (*KNUTD, Kyiv*)

FOREIGN EXPERIENCE IN HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT

Studying foreign experience in human capital development is extremely important for many reasons. By examining how other countries have successfully developed their human capital, Ukraine can identify and adapt best practices to its context. Studying the failures of other countries' human capital development strategies allows Ukraine to avoid repeating similar mistakes. Foreign experiences spark new ideas and approaches to human capital development that Ukraine might not have considered before. This led to innovative solutions specific to Ukraine's needs. Even the most successful foreign programs won't be a perfect fit. However, by understanding these programs, Ukraine can adapt the best aspects of its education system, government structure, and social landscape. A skilled workforce is essential for economic growth and competitiveness in today's interconnected world. By studying how other countries develop human capital, Ukraine ensures its citizens have the necessary skills to compete in the global job market. A strong human capital base is attractive to foreign investors. Studying successful programs abroad enables Ukraine to develop a workforce that attracts investment and fosters economic development. Overall, studying foreign experience in human capital development allows Ukraine to learn from the successes and failures of others, generate innovative solutions, and position itself for future growth in the globalized world.

Foreign experience offers valuable insights into how countries develop their human capital, which is the knowledge, skills, and experience possessed by a population. Here are the main aspects that should be paid attention to:

1. Focus on education and training [1]:
 - Many developed countries invest heavily in early childhood education programs, as these significantly impact long-term learning outcomes.
 - Alongside traditional academic education, vocational training programs equip individuals with practical skills for specific jobs and industries. Countries like Germany and Switzerland have robust apprenticeship systems.
 - Continuous learning opportunities are encouraged through adult education programs, professional development courses, and accessible universities.

2. Investment in science, technology, engineering, and math education. Developed countries prioritize science, technology, engineering, and math education to cultivate a skilled workforce prepared for the demands of the knowledge economy. This involves incorporating coding, robotics, and other relevant subjects into the curriculum.

3. Public-private partnerships.

4. Immigration policies.

For example, Finland consistently ranks high in education quality, with a focus on student well-being and personalized learning. Singapore prioritizes science, technology, engineering, and math education and invests heavily in workforce development programs. South Korea has a strong emphasis on lifelong learning and invests heavily in research and development [1].

Learning from these examples, here are some potential strategies for Ukraine to develop its human capital: increase investment in education at all levels; modernize the curriculum to emphasize critical thinking, problem-solving, and digital literacy; expand access to vocational training and lifelong learning opportunities; encourage public-private partnerships to bridge the gap between education and the job market; consider immigration policies that attract skilled individuals. It's important to remember that human capital development is an ongoing process. Continuous monitoring and adaptation are crucial for success.

While many countries strive to develop their human capital, there are several challenges they face:

1. Unequal access to education:

- Socioeconomic barriers.
- Gender disparity.

2. Relevance of education:

- Skills gap.
- Focus on rote learning.

3. Affordability:

- Cost of education.
- Student debt.

4. Quality and efficiency:

- Teacher shortages and training.
- Inefficient systems.

5. Brain drains.

Foreign countries implement a variety of measures to develop their human capital, focusing on education, training, and overall skill development. Here's a breakdown of some key approaches:

1. Education [2]:
 - Early childhood education.
 - Quality education.
 - Focus on science, technology, engineering, and math education.
 - Vocational training.
 - Lifelong learning.
2. Government Initiatives:
 - Investment in Education.
 - Scholarships and Grants.
 - Immigration Policies.
 - Public-Private Partnerships.
3. Additional Strategies:
 - Focus on Soft Skills.
 - Digital Literacy.
 - Focus on Health and Well-being.

By leveraging foreign experience and implementing effective strategies, Ukraine can equip its citizens with the skills and knowledge necessary to thrive in the globalized world. Countries that prioritize investment in education and training see significant benefits in terms of a skilled workforce, economic growth, and social mobility. Early childhood education and lifelong learning opportunities appear to be particularly impactful. A strong human capital foundation requires a focus on both technical skills and soft skills (e.g., communication, and problem-solving). Educational systems that can adapt to the evolving needs of the job market are crucial. In today's rapidly changing world, continuous learning is crucial.

Information sources

1. Сновидович І.Г., Юринець З.В. Цифрові навички як чинник професійного розвитку. Соціоекономіка та менеджмент: стан, тенденції, управлінські рішення : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених (Київ, 11 трав. 2022 р.) : у 2-х ч. К.: КНЕУ, 2022. Ч. 1. С. 170-173. URL: <https://cutt.ly/XNMLj8G>.
2. Rybka A. International Experience of Human Capital Development at the Level of the Territorial Community. International Journal of Innovative Technologies in Social Science. 2021. №1(29). URL: https://10.31435/rsglobal_ijitss/30032021/7484.
3. World Bank - Human Capital Project. 2020. URL: <https://www.worldbank.org/en/publication/human-capital>.

УДК 378.125:331

DOI:10.5281/zenodo.11859229

T.F. Larina, Dr. of Economics, Prof. (*SBTU, Kharkiv*)

T.E. Gorodetska, PhD in economics, As. Prof. (*SBTU, Kharkiv*)

INFLUENCE OF MIGRATION FLOWS FROM UKRAINE ON THE FORMATION OF INTELLECTUAL CAPITAL OF EU COUNTRIES

The challenges of our time, manifested in the deterioration of the security situation in the world as a whole and in Ukraine in particular, have formed risks that necessitate a theoretical and applied analysis of the impact of migrants with different motivational attitudes on the development of intellectual capital of the EU countries, which actively perform the function of a host in migration flows.

Ukraine has a robust intellectual capital, which is confirmed by the assessment of quantitative indicators of education: relatively high indicators in the educational sphere (literacy of the population, coverage of complete general secondary and higher education), in particular, occupy worthy places (from 40th to 60th) in international rankings for assessing the level of work of higher education institutions. Regarding participation, Ukraine ranks 11th in the world regarding higher education. Almost 80% of people between the ages of 20 and 26 receive higher education; previously, this figure was even higher than 80% before the introduction of mandatory external independent evaluation [1, p. 41].

The analysis of migration processes with the participation of Ukrainians allows us to conclude that Ukraine needs to move in the mainstream direction of preserving and replenishing labor resources with highly qualified workers and talented youth. EU countries use mechanisms for mutual recognition of formal qualifications. However, this vital principle has limits built into the intersection of human and cultural capital. Institutional restrictions on the recognition of formal qualifications lead to an increase in the volume of educational migration of Ukrainian youth. Thus, the prospects for disclosure of the intellectual capital of an individual entity depend on the place of its application and vary in different institutional regimes.

It is expedient to assess the role of migration from Ukraine based on the segmentation of citizens implementing cross-border movement into voluntary and displaced people. For voluntary migrants, the factors of meeting the family's minimum needs and self-realization are dominant for refugees – self-preservation. The component of motivation, in turn, determines the algorithms for inclusion in the system of social production of

host countries. Labor migrants implement a strategy of choosing the best options for using individual intellectual capital. At the same time, refugees overwhelmingly stop at the role of consumers, exploiting the system of redistribution of GDP of EU countries.

Russia's military aggression against Ukraine has caused a shift in motivation factors, changing the generalized portrait of a Ukrainian migrant. Let us present it based on a sociological survey conducted by the Razumkov Centre [2]. The vast majority (65%) of refugees arrived in their current country of residence in March this year, and in general, from the beginning of the war to the end of April, 84%. Women predominate among refugees (93%). The most significant respondents are 30 to 39 (42%) and 40 to 49 (29%). 83% of refugees are people with higher or incomplete higher education. The most represented (among the respondents) social groups are highly qualified specialists (30%), managers of enterprises and their departments (14%), entrepreneurs (14%), skilled workers (12%), and homemakers (11%).

Ukrainian migrants, particularly young people, exert a multidirectional influence on EU countries regarding intellectual capital. The high potential of the intellectual capital of Ukrainian origin needs to be adequately applied. The relatively low level of socio-economic development and the average salary in Ukraine determine the acceptability of the dekillling strategy for Ukrainian migrants (young people not burdened with the acquired social status are more likely to choose this path). Poland, Germany, and the Czech Republic are the leading countries interested in workers from Ukraine. However, in the labor market of these countries, at the expense of migrants of Ukrainian origin, in most cases, vacancies are filled that are not related to highly skilled labor, namely packers, handypersons, tailors, drivers, builders (Poland), nurses, tilers, plumbers, electricians (Germany); industrial workers, maids, welders, electricians (Czech Republic) [3].

Structural capital at the national level is a method of stimulating innovation. It demonstrates a low degree of dependence on migration processes. It can be argued that structural capital is a set of conditions determining the prospects for using migrants' human capital. We used the Knowledge Economy Index to assess the potential impact of migration from Ukraine on the intellectual capital of EU countries. The top countries that are destinations for migrants from Ukraine have a relatively low rating on the knowledge economy index. Therefore, the economic and institutional regime does not ensure the effective use of the existing potential human capital of immigrants from Ukraine. The geography of migration from Ukraine determines the impact on the EU's intellectual capital and outlines the low return on human capital.

The armed conflict involving Ukraine as a global factor has significantly increased pressure on the social capital of EU countries. Geographical and cultural proximity between Ukraine and the EU, as well as maturity within gender relations, can be considered positive prerequisites for the transplantation of social capital of Ukrainian origin at the level of factors of national order. There is a destructive impact of refugees from Ukraine on social capital due to the strengthening of intolerance sentiments and the negative nature of the impact on social cohesion and social trust as a result of a significant deterioration in the socio-economic situation of the EU countries. The deepening of the migration crisis significantly increases the burden on the European Integration Association's entire system of institutions, resulting in a change in political attitudes. Europe today is witnessing an unprecedented rise of right-wing forces in politics.

We consider the capital of relations as a prerequisite and result of migration processes: the image of a country determines its attractiveness for migrants, on the one hand. The mass arrival of refugees from Ukraine to the EU countries hurts "conditionally dynamic" sociological factors (due to changes in socio-psychological attitudes in society, complications of socio-political integration) and "conditionally dynamic" institutional factors (due to influence on indicators of economic security).

References

1. Ukraine: 30 Years on the European Path / Yu. Yakymenko et al. The Ukrainian Centre for Economic and Political Studies named after Olexander Razumkov. Kyiv, «Zapovit» Publishing House, 2021. 392 p.

2. Настрої та оцінки українських біженців (липень – серпень 2022 р.). URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/nastroi-ta-otsinky-ukrainskykh-bizhentsiv-lypen-serpen-2022p>

3. Міграція в Україні: цифри і факти. URL: https://ukraine.iom.int/sites/g/files/tmzbd11861/files/documents/migration_in_ukraine_facts_and_figures_2021-ukr_web.pdf

UDC 331.1

DOI:10.5281/zenodo.11860009

A.V. Levkin, PhD of Technical, As. Prof. (*SBTU, Kharkiv*)

Ya.M. Kotko, PhD of Economics, As. Prof. (*SBTU, Kharkiv*)

HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT: STATE OF THE ART AND PROSPECTS

The situation in Ukraine is quite complicated, as a shortage of about 5 million workers is already expected in the labor market. From a socio-economic perspective, it is very important that the population is now more mobile/adaptive/flexible, regardless of individual characteristics (age, gender, disabilities) and has high professional skills and the ability to work in real labor market conditions.

Today, the Ukrainian government, together with the EU partner countries, is trying to develop an effective state policy aimed at developing human capital in accordance with the framework of the European Union's Ukraine Facility program.

This policy envisages the creation of an adaptive, safe and flexible inclusive educational environment to improve the quality of educational services and modernize the educational process to meet the requirements of today; improvement of health care services and improvement of the system of support/rehabilitation of the population; improvement of gender equality; implementation of innovative and socio-economic programs/projects; modernization of the social protection system and improvement of social infrastructure (people with disabilities, the elderly), etc. [1].

Modern human capital is a set of theoretical knowledge and practical skills that must constantly develop and improve throughout their lives. There are more and more serious challenges related to the development of human capital, namely:

- high vulnerability of the social protection system (insufficient coverage of all segments of the population);
 - delayed physiological development of the population (high level of physical and cognitive disorders);
 - imperfect education and training system (limited training format, low standards of education, contradiction between specialties and the labor market);
 - lack of access to secure infrastructure and communication channels;
- etc.

After all, states that do not strengthen it will not be able to achieve sustainable socio-economic development and will have limited labor

resources, and will not be able to fully compete in the global network of the world [2, S. 31-37].

During 2022-2024, we can observe a global human capital crisis, which has significant implications for economic growth and social ability to adapt to the challenges of today. According to the World Bank, Singapore has the best position in human capital development. This is because their population is quite productive, as they have a high quality of complete education and comprehensive health care.

Along with the large-scale support from the government, the country continues to strengthen the level of human capital development and workforce flexibility through the implementation of the Skillsfuture program (government funding for continuing education is almost S\$1 milliard per year). This program ensures that existing skills are highly valued and recognized in accordance with the workplace (certification), which in turn minimizes financial and time resources for additional training).

Despite the rather difficult situation in Ukraine, the level of human capital has all the necessary prerequisites for development, but several steps need to be taken to strengthen it and ensure its future development, namely: to develop modern practical skills to succeed in a changing environment (flexibility, mobility, adaptability, self-development, self-improvement); creation of various programs and projects for continuing education; through programs, projects, grants; to introduce innovations in digitalization and master modern digital competencies; to constantly pursue priorities and interests depending on the challenges; to increase access to public services [3, S. 65-73].

In turn, it will improve the development of human capital, and thus become one of the prerequisites for the socio-economic development of the state.

Information sources

1. Baieva, O. (2023). Derzhavne reguliuvannya liudskoho kapitalu yak vyznachalniy faktor rozvytku ekonomiky. *Ekonomika ta suspilstvo*. 47. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-30>.
2. Duha, S. (2024). Suchasnyi instrumentarii investuvannya liudskoho kapitalu v Ukraini. *Tsyfrova ekonomika ta ekonomichna bezpeka*. 1(10). S. 31–37. <https://doi.org/10.32782/dees.10-6>.
3. Boikivska, H., Saladiak, K. (2023). Vplyv stanu tsyfrovizatsiinykh protsesiv v Ukraini na rozvytok liudskoho kapitalu. *Modeling the development of the economic systems*. 2. S. 65–73. [tps://doi.org/10.31891/mdes/2023-8-9](https://doi.org/10.31891/mdes/2023-8-9).

УДК 331.108:338.23

DOI:10.5281/zenodo.11860377

Б.І. Андришкін, здоб. ступ. PhD (*KHEU, Київ*)

МОДЕЛЬ КОМПЕТЕНЦІЙ ПЕРСОНАЛУ ЗГІДНО З ЄВРОПЕЙСЬКИМИ СТАНДАРТАМИ У ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Правильний вибір стратегічних напрямів для відбудови України та повоєнного відновлення її економіки адекватною мірою відображає траєкторію майбутніх позитивних зрушень. Хоча в деяких наукових працях, зокрема [1-4], при аналізі воєнної економіки та взаємозв'язків між військовими витратами та економічним зростанням, виявлено другорядність витрат на створення робочих місць та організаційні інновації щодо персоналу, ми не погоджуємося з таким трактуванням. Вважаємо справедливим твердження, що основна мета розвитку персоналу – збільшення «віддачі» кожного працівника, підрозділу та підприємства загалом [5]. І в умовах повоєнного відновлення економіки ця мета стає чи найголовнішою для кожного підприємства.

Проголошені ще в Стратегії «Європа-2020» завдання щодо зміцнення трудового потенціалу Європейського Союзу були конкретизовані в низці офіційних документів ЄС, резолюцій, рекомендацій, доповідей та програм Європейської Ради, Європейської Комісії, Європейського Парламенту, офіційних національних документах. Так, Брюггське Комюніке про зміцнення європейського співробітництва у сфері професійної освіти та навчання на період 2012-2020 рр., прийняте Європейською Комісією спільно з міністрами, які відповідають за цю сферу в країнах-членах, поставило на порядок денний розвитку Європи системне запровадження у всі програми професійної освіти навчання на засадах продуктивної діяльності [6].

Весь набір, сукупність компетенцій, встановлений співробітникам у вигляді вимог на певних позиціях для успішного досягнення цілей організації, використовується як модель компетенцій організації. У такому разі управління персоналом опирається на компетенції. Модель компетенцій – це комплексний інструмент управління персоналом. Його комплексність проявляється в тому, що він використовується у декількох процесах, інтегрує їх. Зрозуміло, що від ефективності роботи персоналу організації залежить її результативність. Якісно розроблена модель компетенцій допомагає встановити, якими для цього повинні бути співробітники: їхня поведінка, навички та вміння, – щоб організація працювала ефективно.

Із технічного боку компетенція складається з: назви, визначення, рівня розвиненості компетенції (найчастіше це шкала з 3–4 рівнів або визначаються різні індикатори для різного рівня посад), індикаторів (опис компетенції), які допомагають встановити рівень розвиненості.

Для того, щоб визначити рівні прояву цієї компетенції використовуються поведінкові індикатори, які відображають поведінку співробітників:

- працює з орієнтацією на майбутнє,
- дає повне уявлення про сильні та слабкі сторони, можливості та загрози організації, підрозділу,
- розглядає загальну картину організації та її мандату в ширшому контексті / у контексті суспільства при розстановці пріоритетів повоєнного відновлення економіки.

Не існує стандартного списку для кожної посади. Тип компетенції, що входить до моделі, залежить від конкретних потреб. Наприклад, модель для маркетолога кардинально відрізнятиметься від компетентностей бухгалтера. Вирізняють кілька типів компетенцій.

Корпоративні компетенції – це основні навички та поведінкові патерни, необхідні всім співробітникам компанії. Вони варіюються, оскільки залежать від цінностей, філософії та цілей кожної компанії. Це можуть бути:

- комунікативні навички;
- емоційний інтелект;
- навички командної роботи або вміння працювати на самоті;
- повагу до корпоративних цінностей та заходів;
- орієнтація на результат або процес;
- креативність або вміння працювати за інструкцією.

Більшість професій потребують здатності працювати з іншими людьми тією чи іншою мірою. Навіть співробітники, які працюють дистанційно, контактують з іншими учасниками команди.

Менеджерські компетенції застосовуються до працівників, яким доручено управлінську роботу на різних рівнях.

Професійні або технічні компетенції – це специфічні для роботи навички, які є унікальними для кожної посади. Наприклад, для маркетолога це буде розуміння роботи пошукових систем, а у модель компетенцій project-менеджера входить комунікабельність і вміння приймати рішення, а перекладача це знання іноземних мов. Професійні навички та вміння є унікальними для кожної посади.

Особистісні компетенції – це набір навичок, що включає самосвідомість, самоврядування, відповідальне прийняття рішень,

впевненість та стресостійкість. Такі риси характеру стають все більш популярними в міру прискорення технічного прогресу та просування України на шляху євроінтеграції.

Модель компетенцій персоналу згідно з європейськими стандартами створюється на основі конкретних вимог підприємства. Попри те, що в наведеному прикладі перераховані характеристики, що часто використовуються, модель може відрізнятись на різних підприємствах. Для топ-менеджерів важливим є вміння бачити загальну картину підприємства, вміння оцінювати ситуацію з різних сторін, знаходити альтернативи.

Цільова група моделі компетенцій – середній менеджмент. Він має достатню свободи дій, а це одна з головних вимог для запровадження компетентнісного підходу.

Впровадження досвіду країн ЄС в управління персоналом та ретельна підготовка менеджменту підприємств до роботи з новими інструментами управління могли б значно допомогти процесу реформ в Україні та справедливо розглядаються як важливий крок у повоєнному відновленні економіки.

Інформаційні джерела

1. Rudy K. Military economy and economic growth: Bidirectional effects in transition economies of eurasia. *Global Journal of Emerging Market Economies*, 2022. No14(3), pp. 285-300.
2. Barro R. J. Economic growth in a cross section of countries. *Quarterly Journal of Economics*, 1991. No106(2), pp. 407-443.
3. Резнікова Н., Панченко В. Природа сингапурського дива. *Тиждень. N 32 (716) від 11 серпня 2021*. URL: <https://tyzhden.ua/pryroda-sinhapurskoho-dyva/>
4. Дука, А., Старченко Г. Світовий досвід повоєнного відновлення економіки: уроки для України. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*, 2022. № 6 (Грудень). URL: https://reicst.com.ua/pmt/issue/view/issue_6_2022
5. Гурман, О., Лукашук, А. Дослідження впливу персонал-технологій на ефективність роботи працівників та культуру організації. *Трансформаційна економіка*, 2023. №2. С. 16-22.
6. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee the Regions. URL: <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0681&from=EN>.

УДК 338.1

DOI:10.5281/zenodo.11860761

А.В. Базилюк, д-р екон. наук, проф. (НТУ, Київ)

В.Д. Губенко, здоб. ступ. PhD (НТУ, Київ)

ДЖЕРЕЛА ІНВЕСТУВАННЯ ПРОГРАМИ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Економіка України за останні три роки зазнала суттєвих втрат. Значно пошкоджена енергетична інфраструктура підприємств, зруйновані економічні зв'язки, відбулася значна міграція, продовжується бомбардування великих міст і селищ, що призводить до великих втрат. Відновлення України відбуватиметься в умовах дефіциту робочої сили, значного державний боргу через скорочення податкових надходжень і високих соціальних витрат.

Згідно з попередньою оцінкою Світового банку для відшкодування завданої шкоди Україні протягом наступного десятиліття потрібно 486 млрд дол США. «Найбільші потреби у відновленні і відбудові оцінюються: житловий сектор (17% від загального обсягу), транспорт (15%), торгівля та промисловість (14%), сільське господарство (12%), енергетика (10%), соціальний захист і забезпечення засобів до існування (9%), управління вибухонебезпечними предметами (7%)». Завдяки внескам донорів, станом на 6.05.2024 р. Світовий банк уже мобілізував понад 42 млрд дол США, а також розпочав залучати середньострокове фінансування з метою задоволення потреб України як під час війни, так і після її завершення [1].

У липні 2023 р. на конференції у Лугано Україною було представлено план відновлення держави. Реалізація згаданої стратегії прописана на десять років та вона одержала схвальні оцінки і підтримку від міжнародних партнерів. Україна перед собою ставить амбітну мету: зробити стрибок від перехідної (транзитної) економіки до економіки, що розвивається до 2032 р. З метою залучення у вітчизняну економіку іноземних інвесторів вже створено електронну платформу Advantage Ukraine, на якій зібрано понад 500 інвестиційних проектів і можливостей в десяти галузях економіки. Кожен потенційний інвестор, пройшовши реєстрацію на платформі, одержить вичерпну інформацію щодо можливостей інвестування, конкретних проектів та вигод, котрі матиме від вкладання в українську економіку [2].

Міжнародна фінансова підтримка України в умовах російсько-української війни є комплексною і стратегічно узгодженою з цілями

сталого розвитку. Задовольняючи нагальні гуманітарні потреби, підтримуючи економічну стабільність і зростання, покращуючи управління, забезпечуючи енергетичну безпеку, захищаючи вразливі верстви населення й інвестуючи в освіту, міжнародна спільнота допомагає закласти підвалини для стійкого і сталого майбутнього України. Згідно даних Міністерства фінансів, Україною в 2022 р. було одержано близько 27,5 млрд дол грошової допомоги. У 2023 р. до країни залучено безпрецедентну світову фінансову підтримку обсягом 42,7 млрд дол. США. Найбільша фінансова допомога надійшла від ЄС – 19,7 млрд дол. США, через трастовий фонд Світового банку – 16,4 млрд дол. США (у тому числі, від США, Норвегії, Японії, Сполученого Королівства й інших країн), Міжнародного валютного фонду – 4,5 млрд дол. США і Канади – 1,8 млрд дол. США. У 2024 р. Україна розраховує одержати 38 млрд дол. США зовнішньої бюджетної допомоги [3]. Така співпраця сприяє не лише негайному відновленню, а й гарантує, що Україна зможе відновитися сильнішою, більш інклюзивною та стійкою.

Суттєві обсяги міжнародної допомоги дозволили пом'якшати негативні наслідки від військової агресії росії. Тільки у 2022 р. реальний ВВП України впав майже на 30 % (рис. 1). У 2023 р. відбулося зростання економіки України на 5,3%. Прогнозне зростання ВВП України за січень-березень 2024 р. становить 4,5% р./р. (+/-1%). У 2025 р. за прогнозами Світового банку очікується зростання вітчизняного ВВП на рівні 6,5%, що виступає найвищим показником для регіону «Європа і Центральна Азія» [5]. Водночас, про повноцінне економічне відновлення можливо буде стверджувати тільки після закінчення активних бойових дій. Згідно до очікувань Нацбанку України, істотне зниження безпекових ризиків матиме місце лише у 2025 р. [6].

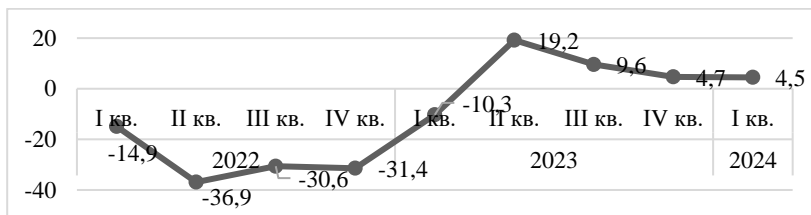


Рисунок 1 – Темп зміни ВВП України за 2022-2024 р.

Джерело: побудовано автором за даними [4].

Оскільки повномасштабна війна триває, фінансова підтримка України зі сторони міжнародного співтовариства залишається вирішальною у вирішенні нагальних проблем і закладанні фундаменту для довгострокового відновлення та сталого розвитку країни. Водночас,

посилення ролі міжнародної фінансової підтримки вимагатиме і адекватних дій з боку України. Потрібно розширити і внутрішні джерела фінансування економіки. Мова йде про впровадження нормативно-правових актів стимулювального характеру, спрямованих на зміцнення платоспроможності всіх суб'єктів економіки, зменшення залежності від зовнішніх джерел за рахунок ресурсозбереження, впровадження інноваційних інформаційно-цифрових технологій, широкого застосування сучасних бізнес моделей сталого розвитку. Зрештою ці зусилля сприятимуть досягненню цілей сталого розвитку, таких як зменшення нерівності, сприяння розвитку мирного та інклюзивного суспільства та розбудова стійкої інфраструктури.

Інформаційні джерела

1. Цільовий фонд підтримки, відновлення, відбудови та реформування України (URTF). *Worldbank.org*. 06.05.2024. URL: <https://www.worldbank.org/uk/programs/urtf/overview>.

2. Інвестиції в Україну та відновлення економіки. *Міністерство економіки України*. 15.05.2024. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=62bfd716-8665-4a4c-9e2d-6325ba53b3c8&title=InvestitsiiVUkrainuTaVidnovlenniaEkonomiki>

3. Міжнародні резерви України на початок січня сягнули \$40,5 мільярда. *Укрінформ*. 05.01.2024. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3809370-miznarodni-rezervi-ukraini-na-pocatok-sicna-sagnuli-405-milarda.html>

4. Моніторинг основних подій в економіці України березень 2024. *Міністерство економіки України*. 2024. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=181c9484-4e8c-45a8-97e1-71d0612c00c4&title=MonitorinGosnovnikhPodiiVEkonomitsiUkraini-berezen2024>

5. Тарасовський Ю. Світовий банк прогнозує зростання ВВП України на 3,2% у 2024 році. *Forbes.ua*. 10.01.2024. URL: <https://forbes.ua/news/svitoviy-bank-prognozue-zrostannya-vvp-ukraini-na-32-u-2024-rotsi-10012024-18424>

6. Інфляційний звіт січень 2024 року. *Національний банк України*. 2024. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2024-Q1.pdf?v=7

7. Рада виконавчих директорів МВФ завершила третій перегляд програми в рамках механізму розширеного фінансування (EFF) для України. *International monetary fund*. March 21, 2024. URL: <https://www.imf.org/uk/News/Articles/2024/03/21/pr2496-ukraine-imf-executive-board-completes-third-review-eff>

8. Харламов П. Війна до 2025 року та скорочення міжнародного фінансування. Що НБУ чекає від економіки України. *Mind.ua*. 05.01.2024. URL: <https://mind.ua/publications/20269064-vijna-do-2025-roku-ta-skorochennya-mizhna-rodnogo-finansuvannya-shcho-nbu-chekae-vid-ekonomiki-ukrayini>

УДК 331.101.6

DOI:10.5281/zenodo.11861335

І.І. Божидай, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)
Д.І. Дікарев, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)
С.О. Палагута, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)

СУЧАСНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТИВНІСТЮ ПРАЦІ

Поточна економічна ситуація в Україні та кризовий стан підприємства є основними факторами, що сприяють зниженню витрат на роботу силу як на рівні підприємства, основної ланки суспільного виробництва, так і на рівні всієї національної економіки в цілому.

Підвищення продуктивності праці – незаперечна умова прогресу і розвитку виробництва. Планомірне підвищення продуктивності праці має першорядне значення для підвищення ефективності функціонування будь-якого підприємства, галузі і всього господарського комплексу, поліпшення матеріального благополуччя кожного працівника, що обумовлює актуальність цієї тематики [1].

У разі підвищення продуктивності праці в країні національний дохід або валовий національний продукт збільшується швидше, ніж показник витрат.

Зниження продуктивності сприяє зростанню інфляції і призводить до позитивного торговельного балансу, уповільнення зростання або скорочення виробництва, а також зростання безробіття.

Описувана ситуація дуже типова для сучасної України. Рівень продуктивності праці в національній економіці і промисловості нашої країни дуже низький [2].

Практика ринкового менеджменту підтверджує незаперечний факт, що ефективність виробничої, господарської та виробничо-господарської діяльності залежить, в першу чергу, від компетентності та творчої діяльності управлінського персоналу, від досить глибоких знань конкретних напрямків економічного розвитку, нормативно-правової бази та соціальних аспектів управління.

Підвищення продуктивності праці веде до збільшення реального продукту і доходів, тому є важливим показником економічного зростання країни. Оскільки збільшення соціальних продуктів на душу населення передбачає підвищення рівня споживання, а отже, і рівня життя, економічне зростання буде однією з головних цілей держави з ринковою економічною системою.

Кожне підприємство характеризується певним рівнем продуктивності праці, який може підвищуватися або знижуватися під впливом різних факторів. Підвищення продуктивності праці є незаперечною умовою прогресу і розвитку виробництва [3].

Управління персоналом в сучасних умовах ведення бізнесу – одна з основних функцій управління компанією, спрямована на підвищення ефективності. Стверджується, що управління персоналом – це систематична і цілеспрямована функція, яка забезпечує розвиток підприємства, тому вона спрямована безпосередньо на працівників для задоволення потреб підприємства.

Оскільки підвищення продуктивності праці є динамічним і складним процесом, воно вимагає розумного управління з боку керівництва підприємства, яке повинно відповідати реалізації всіх запланованих виробничих, організаційних і стратегічних цілей.

Ефективна система декомунізації продуктивності праці призводить до підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок накопичення інвестиційного капіталу, зниження собівартості продукції, поліпшення якості продукції та впровадження інноваційних технологій навіть в умовах війни між Україною і Росією. Ось чому соціально та економічно нагальні питання, такі як управління продуктивністю праці на підприємствах, вимагають більш повного і всебічного аналізу [4].

Слід зазначити, що відповідно до рекомендацій Міжнародної організації праці (МОП) пропонується розрізнати поняття «продуктивність» і «продуктивність праці» (рис.1).

Продуктивність вважається загальним показником і визначається, перш за все, ресурсами (праця, капітал, земля, матеріали, енергія, інформація тощо). Показує ефективність його використання. При виробництві різних товарів і послуг, а по-друге декомунізує взаємозв'язок між кількістю і якістю вироблених товарів і послуг, а також ресурсами, витраченими на їх виробництво. По-третє, він дозволяє порівнювати виробничі результати на різних економічних рівнях.

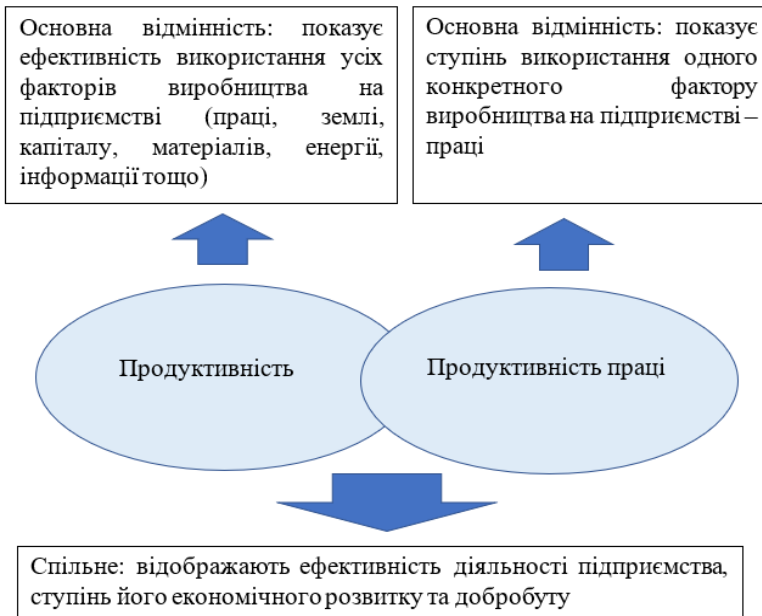


Рисунок 1 – Співставлення понять «продуктивність» та «продуктивність праці» на підприємстві

В цілому, управління продуктивністю праці на підприємстві, фактично є елементом управління, планування, організації, мотивації. Управління продуктивністю ґрунтується на конкретному аналізі співвідношення корисного впливу певних видів діяльності однієї сторони і реальних результатів з іншої сторони.

Інформаційні джерела

1. Муха Р. Продуктивність праці на підприємствах та основні напрями її підвищення. *Галицький економічний вісник*, Т. : ТНТУ, 2015. Том 48. № 1. С. 82-92.
2. Грішнова, О. А. Економіка праці та соціально-трудова відносина: підручник. Київ: Знання, 2004. 356 с.
3. Економіка праці і соціально-трудова відносина: Навчальний посібник / В.М. Ковальов, В.С. Рижиков, О.Л. Єськов та ін. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 255 с.
4. Карпенко Н. М., Галан О. Є. Управління продуктивністю праці на підприємстві: фактори, етапи, інноваційні технології. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*, 2022. № 6. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-6-07-02>

УДК 338.467

DOI:10.5281/zenodo.11862058

Т.В. Боцян, канд. екон. наук, доц. (ЖДУ ім. І. Франка, Житомир)

Р.С. Фостолович, здоб. ОС «магістр» (ЖДУ ім. І. Франка, Житомир)

СУЧАСНИЙ ПРОГРАМНИЙ ПРОДУКТ В УПРАВЛІННІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИМ БІЗНЕСОМ – POSTER

Розвиток цифрової мережі інтернет та штучного інтелекту цілковито змінив підхід до організації систем управління всіма видами діяльності, в тому числі і бізнесом сфери гостинності. Трансформація відбулась в усіх ланках процесу обслуговування, моделі комунікації та системи управління бізнесом. Широкий спектр наявного програмного забезпечення вніс цілковито корективи у модель управління бізнесом та сприяв повній автоматизації певних процесів, вивільнив при цьому корисний час для фахівців, які їх виконували [2].

В процесі досліджень нами виокремлено основні потреби керівника бізнесу, які він ставить до програмного продукту для обслуговування діяльності, а саме [1]:

1) деталізоване ведення складського обліку із виведенням даних на адмін-панель для чіткого відслідковування за залишками товарів ;

2) касовий облік із зручним інтерфейсом що встановлюється як на планшет, так і на смартфон;

3) можливість формування фінансових звітів та перегляд транзакцій у одному місці;

4) перегляд статистики продажів в режимі онлайн із виокремленням інформації: по чеках (та середній чек); по співробітниках; аналітика продажів (за годину; день; місяць);

5) можливість управління фінансами із відображенням у одній звітній формі операцій, що проводяться через адмін-панель та на касі із можливістю щомісячно

6) можливість оплати будь-яким типом платежів включаючи (готівкову, безготівкову та оплату бонусами);

7) контроль виручки за кожною касовою зміною;

8) можливість ефективного управління в режимі онлайн без фізичної присутності через можливість отримання поточних звітів та оперативних даних.

Увесь вище зазначений функціонал містить у собі система автоматизації бізнесу Poster. При використанні підприємством готельно-ресторанного бізнесу даного програмного продукту переваги насамперед отримує гість. Оскільки, прийняте офіціантом замовлення

відразу надсилається ним через систему на касу та у відділ його виконання (бар, кухні та ін.) шляхом або друкування бігунка чи виведенням на монітор через Kitchen Kit від Poster для початку його виконання, що зменшує час очікування гостя.

Наприклад, при отриманні замовлення на бар, для його виконання працівник відкриває відповідний продукт (пляшка чи ін.) зі складу і системою автоматично фіксується даний факт. Що забезпечує контроль роботи барменів.

При налагодженні складського обліку важливе значення має можливість постійного контролю залишків. Тому, при надходженні товарів на склад вони вносяться у систему обліку. При отриманні замовлення для його виконання та його підготовці на кухні списуються інгредієнти відповідно до розроблених технологічних карт. Це дає можливість оперативно бачити залишки та реагувати на потребу забезпечити необхідними елементами.

Функціонал «Каса» в програмі POSTER надає можливість цілковито виконати усі необхідні дії для розрахунку із гостями, обліку грошових коштів, формування звітності та сплати податків. Працівник в системі проводить відкриття та закриття зміни, проводить інкасацію і формує Z-звіти.

Система автоматизації POSTER є також зручною для ведення бухгалтерського обліку. Облікова інформація може бути групуваною за запитом у формі: таблиць, графіків, або готових звітів. В адмін-панелі для власників можливо зробити налаштування під запит користувача.

Даний програмний продукт робить максимально простим організації системи менеджменту на підприємстві, оскільки при постійному контролі обліку робочого часу персоналу, кількості і суми виписаних кожним працівником чеків та аналізу позицій меню й пікових навантажень можна забезпечити максимальний рівень ефективності закладу.

Програма POSTER має значну кількість доповнень (додатків), які вигідно виокремлюють її для споживачів програмних продуктів посеред інших автоматизованих систем. Такими додатками є [1]:

- система Kitchen Kit;
- автоматизація служби ресторану;
- мобільна каса;
- POSTER QR;
- додаток Poster Boss;
- управління мережею закладів або франшизою.

Додаток Kitchen Kit по факту є системою автоматизації кухні, оскільки цілковито замінює функціонал принтерів –бігунки на винесення

замовлення з описом на монітор кухні, або дисплей робочого планшету кухні. Відповіддю на потреби оперативного віддаленого контролю роботи служби доставки у автоматизованій системі POSTER є додаток «Автоматизація служби доставки ресторану». Він представляє собою готове для роботи рішення «all-in-one» із: 1) зручним сайтом для проведення замовлень; 2) додатком для виконання функцій кур'єром; 3) звіти та повна аналітика; 4) інструменти ведення бухгалтерського обіку.

При роботі із власною службою доставки чи із агрегаторами завдяки додатку «all-in-one» можна відстежити:

- роботу кур'єрів;
- рентабельність замовлень;
- оперативно оптимізувати витрати на даний вид послуг та інше.

Усі вимоги до автоматизації системи управління бізнесом в сфері гостинності враховано у роботі системи автоматизації POSTER. Варто наголосити на зручності важливості роботи додатка «Мобільна каса»? додатка «Poster QR» та додатка «Poster Boss» на смартфоні.

Додаткове програмне забезпечення «Poster Boss» на смартфоні є унікальним інструментом для управління бізнесом, оскільки надає можливість в режимі онлайн перевіряти як звіти із продаж та величину складських залишків так і отримувати сповіщення про поточні транзакції та зміни у касі закладу.

Додаток «Poster Boss» забезпечує керівника: постійною аналітичною інформацією про роботу закладу і кількість та вартість чеків у формі звітів та графіків. За його допомогою керівний персонал може здійснювати контроль із декількох акаунтів; отримувати економічний результат діяльності за період або день після завершення зміни; володіти даними для контролю динаміки кількості відвідувачів та вартості середнього чека; оперувати інформацією складського обліку (залишки по товарах, собівартість); здійснювати повний контроль фінансів через отримання звітів за кожною транзакцією.

Отже, програма POSTER в системі управління готельно-ресторанним бізнесом є сучасним інноваційним продуктом в сфері автоматизації та незамінним помічником керівника.

Інформаційні джерела

1. Програма для ресторану – все, що потрібно закладу. *POSTER*. URL: <https://joinposter.com/ua/business/restaurant>

2. Фостолович, В. А., Боцян, Т. В., Фостолович, Р. С., Гуртовий, Ю. А. (2023) Цифровізація підприємств сфери гостинності як основа побудови конкурентоспроможного бізнесу. *Економіка. Управління. Інновації* (33). ISSN 2410-3748. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-114>.

УДК 338.43

DOI:10.5281/zenodo.11862346

О.Ю. Будякова, канд. екон. наук, доц. (КНУТД, Київ)

РОЗВИТОК БІОЕКОНОМІКИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Прагнення інтеграції України в Європейський Союз потребує побудови суспільства, спираючись на досвід країн ЄС.

Біоекономіка є важливою частиною іміджу економіки майбутнього Європейського Союзу. Одним із пріоритетів поточної європейської стратегії є зміцнення секторів біоекономіки, зокрема залучення додаткових інвестицій та створення ринків [1].

Біоекономіка – це нова економічна парадигма та один із інструментів і механізмів вирішення глобальних проблем сталого розвитку [2].

В умовах сьогодення важливість та актуальність біоекономіки зростає через швидке зростання населення, зміну клімату, продовольчу безпеку та виснаження невідновлюваних ресурсів.

Біоекономіка є вектором сталого та інклюзивного економічного розвитку. Біоекономіка забезпечує сталий розвиток завдяки захисту та ефективному використанню ресурсів, розвитку нових форм економічної діяльності, що зумовлює створення нових робочих місць, забезпечення зайнятості, зростання доданої вартості та сприяє перерозподілу доходів [3].

Основними викликами для Європейського Союзу в цій сфері є дії, спрямовані на мінімізацію впливу вироблених продуктів на навколишнє середовище шляхом вибору ресурсів, які дозволять використовувати їх повторно. У цьому контексті біоекономіка включає концепцію циркулярної економіки, оскільки план дій, запропонований Європейською комісією, сприяє замиканню кола терміну служби виготовленої продукції шляхом збільшення переробки та повторного використання, а також мінімізують вплив на навколишнє середовище.

У цьому аспекті біоекологічне бачення біоекономіки має риси циркулярної економіки. Економічна політика ЄС дедалі більше зосереджується на концепції циркулярної економіки, згідно з якою використання ресурсів максимізується, а відходи мінімізуються, проти концепції лінійної економіки. Економіка замкнутого циклу використовує регенеративний підхід, який включає довговічність, повторне використання, рекуперацію та переробку як основні елементи.

Принагідно, що термін «циркулярна біоекономіка» набув популярності в Європейському Союзі, де розробляються політики для максимального використання біоресурсів, які вважаються відходами (таких як відходи сільського та лісового господарства), з довгостроковою метою поступової заміни виробництва на основі викопних ресурсів з біоосновою. Перехід до економіки замкнутого циклу, особливо до економіки із збільшенням використання біовідходів, ще більше поєднає розрізнені сектори сфер, які планують розвиток біоекономіки у сталий та інклюзивний спосіб.

З початку 2000-х років Європейський Союз чинить сильний тиск на впровадження біоекономіки для досягнення «Цілей сталого розвитку» (ЦСР) – 17 широкомасштабних цілей, які формулюють бажані результати сталого розвитку. Крім того, сталий розвиток, який передбачає розвиток сталої та конкурентоспроможної економіки, яка ефективно використовує ресурси у сталий спосіб, є одним із пріоритетів у стратегії «Європа 2020» [4]. Усі цілі взаємопов'язані, і досягти їх до 2030 року є головним викликом.

У європейських регіонах існує широкий спектр чинників, які поділяються на три категорії: екологічні, економічні та соціальні, що обумовлюють біоекономіку. Ці чинники значною мірою впливають на те, як біоекономіка розуміється та пропагується в окремих регіонах, наприклад, ресурси, ланцюжок створення вартості, бізнес чи знання. ЄК створила нові групи індикаторів циркулярної економіки в базі даних Євростату: індикатори Європа 2020 [5] та індикатори сталого розвитку.

Використовуючи більш екологічні джерела, такі як біомаса, для виробництва біоенергії, біоматеріалів, харчових продуктів тощо, біоекономіка сприятиме зменшенню викидів й залежності від викопних ресурсів. Біоенергія може бути отримана з широкого діапазону сировини, на кшталт: сільське господарство (залишки рослинництва, відходи тваринництва, енергетичні культури), лісове господарство (залишки лісозаготівлі, побічні продукти деревообробки, чорний луг целюлозно-паперової промисловості, паливна деревина) та інші види біологічні відходи (харчові відходи, харчові проміжні продукти), тощо.

Розробляючи нові процеси та продукти, біоекономіка є інноваційною галуззю, яка забезпечує сталий розвиток та створює соціально-економічну додану вартість. Біоекономіка заснована на міждисциплінарному підході, який об'єднує економічні, технічні та технологічні, біологічні, соціальні та людські аспекти, зокрема соціально-економічний вимір та формування людського капіталу. Розвиток біоекономіки сприяє набуттю інноваційних компетентностей,

які можуть задовольнити вимоги на сучасному на ринку праці та сприяє створенню нових робочих місць [3].

Перехід до сучасної, ресурсоефективної, процвітаючої та конкурентоспроможної економіки, в якій навколишнє середовище, здоров'я та добробут є пріоритетами, вимагає глибоких та широкомасштабних дій у всіх секторах економіки. Стратегія біоекономіки з її системним підходом відіграє важливу роль у досягненні кліматичної нейтральності та екологічної, економічної й соціальної сталості. Біоекономіка охоплює всі сектори та пов'язані з ними послуги та інвестиції, які виробляють, використовують, переробляють, розподіляють або споживають біологічні ресурси, включаючи екосистемні послуги.

Таким чином, в контексті європейської інтеграції Україні потрібно формувати та розвивати економіку на принципах сталого розвитку, зокрема біоекономіку.

Перехід України до напрямку сталого розвитку неможливий без екологізації освіти, екологізації економіки та підготовки фахівців для сталого розвитку, зокрема з біоекономіки.

Інформаційні джерела

1. Будякова О.Ю., Дервіш Д.С. Інвестиції в біоекономіку для повного відновлення України. Трансформаційна економіка, Випуск № 4(04), 2023. С. 9-13. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-4-2>
2. Олешко А. А., Будякова О. Ю. Європейські знання для сталої біоекономіки в Україні: навч. посіб. Київ: КНУТД, 2024. 156 с. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/26220/1/EZSBU_NP_2024.
3. Будякова О.Ю. Біоекономіка як вектор інклюзивного економічного розвитку в формуванні людського капіталу. Цифрова економіка та економічна безпека. 2023. Випуск 9(09). С. 68-77. URL: <http://dees.ici.od.ua/index.php/journal/article/view/274> DOI: 10.32782/dees.9-12
4. Europe 2020. A Strategy for Smart, Sustainable and Inclusive Growth. URL: <https://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLETE%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf>
5. Europe 2020 indicators. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Europe_2020_indicators_-_background&oldid=485929

УДК 339.137.2:339.9-026.15

DOI:10.5281/zenodo.11862566

О.О. Вербицька, здоб. ступ. PhD (*КНЕУ ім. В. Гетьмана, Київ*)

РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФЕШН ІНДУСТРІЇ У СТРУКТУРІ ГЛОБАЛЬНОЇ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

На сучасному етапі світогосподарського розвитку індустрія моди дедалі більшою мірою набуває рис і характеристик надважливого об'єкта міжнародної комерційної діяльності, активно залучаючись до глобальної системи ринкового господарювання та імплементуючи принципово нові концепції виробництва, принципи ціноутворення на модні товари, а також механізми організації й управління творчими колективами та збутовими комерційними структурами. За своєю структурною динамікою вона суттєво випереджає розвиток інших секторів національних економік держав і регіонів, значною мірою акселеруючи розвиток світової текстильної та швейної промисловості.

Лівову частку таких доходів генерує світове виробництво одягу (394,9 млрд дол. США, 66,7% загального підсумку у 2023 р.), на другому місці – виробництво аксесуарів (121,9 млрд, 20,5%), на третьому – виробництво взуття (75,6 млрд, 12,8% відповідно). Загалом же, кожен 1 євро, інвестований в індустрію дизайну у Європі, приносить інвесторам прибуток у розмірі 20 євро [1], що засвідчує високий рівень рентабельності господарських операцій у даному секторі.

Головними чинниками, котрі забезпечують неухильне зростання доходів глобальної фешн індустрії в останні десятиліття, є покращення досвіду онлайн-покупок (приріст доходів на рівні 7% у рік); нарощування вартісних обсягів операцій соціальної комерції (4,5%); зростання валового внутрішнього продукту держав (3,2%); динамічний розвиток технологічних інновацій (2,9%); динамічне зростання кількості користувачів Інтернету (2,2%); інфляційні тенденції (1,4%); вплив штучного інтелекту (1,1%) [2]. Саме зазначені чинники, справляючи потужний вплив на розвиток світової фешн індустрії в якості певного соціального ліфта, механізму соціалізації та джерела індивідуальної креативності, акселерують розвиток модних трендів, базованих на креативних дизайнерських рішеннях та актуальних інноваційних технологіях. Натомість з-поміж факторів, що справляють гальмівний вплив на динаміку доходів глобальної фешн індустрії, головну роль відіграють геополітична невизначеність (зниження доходів на рівні 4% у рік) та негативні споживчі настрої (6,2% відповідно) [2]. Комплексний аналіз продуктів індустрії моди дає

підстави зробити аргументований висновок про їх вищою мірою системний характер, який виявляється в одночасному втіленні у них як креативної й інтелектуальної діяльності людини з продукування модних товарів, так і його матеріальної, організаційно-економічної й управлінської підтримки в частині реалізації виробничих, маркетингових, збутових, фінансових та бухгалтерських функцій. Одночасно модні продукти відбивають соціальний статус людини у суспільстві, а відтак – у соціологічному вимірі їх культурна місткість справляє дуже потужний структуроформуючий вплив практично на усі сегменти глобального ринку. Саме у їх розвитку з усією очевидністю окреслюється на сьогодні дія провідних модних трендів як у царині розроблення дизайну товарів, ринків та фінансово-господарської діяльності суб'єктів фешн індустрії за усіма її вартісними ланцюгами (планування, прогнозування, розроблення технологій та підбір сировини, виробництво кінцевого продукту), так і процесів розповсюдження і споживання модних продуктів, їх експлуатації і просування, ринкової поведінки усіх груп споживачів тощо.

З цього приводу відомий американський теоретик моди Дж. Спролс у своїй праці «Фешн теорія: концептуальні рамки» дуже влучно відзначає, що модним може бути «будь-який специфічний стилістичний продукт, певна випадкова технологічна чи функціональна інновація, або ж споживча послуга». І далі продовжує: «... об'єктом моди може бути будь-яка поведінкова практика, ідеологія чи філософія» [3]. Тож є всі підстави стверджувати, що вплив моди на усі сфери людського життя є настільки комплексним і системним, що охоплює виробничу і збутову діяльність, середовище існування людини (предмети інтер'єру, домашні аксесуари, декоруючі прикраси, килими, постільну білизну, транспортні засоби, побутові прилади тощо), її культурні й поведінкові установки, різного роду аксесуари (взуття, годинники, галантерейні вироби, ювелірні прикраси, аксесуари для волосся тощо), оформлення зовнішності (одяг, зачіску, макіяж, косметичні засоби, парфумерію тощо) та ін. Водночас за сучасних умов креативізації економічної діяльності вплив фешн індустрії на структурну динаміку світогосподарського розвитку у жоден спосіб не обмежується лише сферою дизайну й аксесуарів, а включає також широкий спектр модних стандартів життя людини і захоплення нею певними креативними ідеями, інструментарій формування стилю життя та регламентації моделей споживання і аксіології людської життєдіяльності.

З огляду на притаманні глобальній фешн індустрії риси та специфіку модної продукції в якості об'єкта міжнародного товарного обміну, високої значущості набувають методологічні питання, пов'язані

з розкриттям ключових особливостей формування світового ринкового попиту на модні товари. По-перше, слід відзначити насамперед його обмеженість у часі з причин нестабільності та мінливості модних трендів, тяжіння моди до постійних змін образів і форм, пошуку новизни та нових дизайнерських рішень як реакції на суспільні настрої та домінуючі фешн тенденції. Отже – саме під час дії того чи іншого модного тренду споживачі фешн продукції можуть продемонструвати не тільки свою естетичну індивідуальність і сучасність, але й належність до світу моди та певної епохи суспільного розвитку.

У широкому сенсі слова до модних можуть бути віднесені практично усі групи споживчих товарів, здатні демонструвати сповідування споживачами фешн продукції певного способу життя, поведінкових моделей, звичок, культури та ідеології, а також підкреслювати їх естетичні смаки та духовні запити. Реалізація зазначених процесів забезпечується такими надважливими функціями фешн індустрії як формування і задоволення ринкового попиту на модні товари (у тому числі на основі ринкового ажіотажу), а також формування глобального ринкового сегменту їх споживачів. Більше того, попри віднесення на початкових етапах становлення фешн індустрії до модної продукції виключно товарів для жінок, упродовж ХХ ст. дана індустрія поступово набуває чітко виражених рис гендерної рівності, нарощуючи масштаби виробництва модної продукції і для чоловіків. Водночас спостерігається також суттєва диверсифікація продуктово-видової структури світової фешн індустрії, що віддзеркалює по суті значне підвищення ступеня публічності способу життя сучасного суспільства. За своєю структурною динамікою вона суттєво випереджає розвиток інших секторів національних економік держав і регіонів, значною мірою акселеруючи розвиток світової текстильної та швейної промисловості. Продукти індустрії моди одночасно втілюють у собі як креативну й інтелектуальну діяльність людини з продукування модних товарів, так і його матеріальну, організаційно-економічну й управлінську підтримку в частині реалізації виробничих, маркетингових, збутових та фінансових функцій.

Інформаційні джерела

1. Економіка дизайну: європейський досвід підтримки сфери. Культура і креативність. URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/article/ekonomika-dizaynu>.
2. Fashion Worldwide. Statista. The Statistic Portal. URL: <https://www.statista.com/outlook/emo/fashion/worldwide#revenue>.
3. Sproles G.B. Fashion Theory: a Conceptual Framework. Advances in Consumer Research. 1974. Vol. 1. Issue 1. P. 463-471.

УДК 37: 658.3

DOI:10.5281/zenodo.11862788

Т.О. Галайда, ст. викл. (НУІІІ ім. Ю. Кондратюка, Полтава)

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Формальне професійне навчання працівників за існуючим законодавством означає набуття працівниками професійних знань, умінь і навичок у навчальному закладі або безпосередньо у роботодавця відповідно до вимог державних стандартів освіти, за результатами якого видається документ про освіту встановленого зразка.

Пріоритетною стратегічною ціллю Європейської концепції за останні 5 років стало зростання економіки, що базується на новітніх знаннях та інноваціях. В умовах стрімких змін у розвитку інформаційних технологій в країнах Європи значно раніше, ніж в Україні, дійшли розуміння нагальної потреби вдосконалення професійного розвитку персоналу підприємств. Європейська Комісія постійно націлює країни-члени ЄС на трансформацію систем освіти та навчання, які повинні бути підпорядковані формуванню таких ключових компетентностей:

- уміння вчитися;
- спілкування іноземними мовами;
- підприємницькі навички та вміння;
- спроможність ефективно використовувати інформаційно-комунікаційні технології;
- здатність застосовувати можливості електронного навчання, цифрова грамотність [1].

У деяких країнах значення кваліфікацій перебільшується, що унеможливує доступ до професійної діяльності без певного диплома чи сертифіката. В Європі є велика кількість професій, коли право на професійну діяльність регулюється безпосередньо кваліфікаціями. Водночас є й інші, коли кваліфікаціям надається менше значення і їх регулятивна функція слабка. Кваліфікаційні системи різних країн постійно вдосконалюються за наступними напрямками: стандартизація змісту професій; застосування сучасних підходів до розроблення професійних стандартів, що ґрунтуються на компетенціях; відкритість кваліфікацій для формального, неформального та інформального навчання тощо. Значні зміни спричиняються також зовнішніми впливами і тисками [2]. Рух до інноваційної економіки об'єктивно

змінює наукові уявлення про критерії ефективності професійного розвитку на підприємствах. В контексті забезпечення ефективності професійного розвитку окремої уваги заслуговує його забезпечення та здійснення безпосередньо в умовах компаній, оскільки зростає залучення зацікавлених сторін (стейкхолдерів) до розробки кваліфікаційних стандартів. Для цього необхідне створення відповідних можливостей і ефективних механізмів підтримки з урахуванням наступних умов:

- тренери (наставники) активно навчаються впродовж усього життя (виражається у наданні відповідної підтримки і доступу до всіх наявних у компанії рівнів професійної підготовки розвитку працівників);

- підприємства/компанії займають активну позицію і виявляють зацікавленість щодо забезпечення підготовки та підтримки свого персоналу, який навчає (компанії займають активну позицію щодо забезпечення підготовки та підтримки своїх викладачів/тренерів, пов'язуючи їхній розвиток з якістю результатів навчання всіх працівників, а також з перевагами навчання для тих, хто навчається (учнів), для роботодавців, для провайдерів професійної освіти і навчання, для суспільства в цілому);

- усі зацікавлені сторони на всіх рівнях скоординовано співпрацюють, а підтримка тренерів є систематичною (полягає у систематичній і скоординованій підтримці педагогічного персоналу на виробництві, на думку вчених, вимагає чітких кваліфікаційних і компетентнісних стандартів підготовки і діяльності педагогів цієї категорії, а також гнучких можливостей для їх навчання і визнання компетентностей, здобутих на виробництві) [3].

Навчання на виробництві у країнах ЄС здійснюється значною мірою зусиллями кваліфікованих робітників, які проводять підготовку виробничого персоналу на додаток до своєї основної роботи. Штатні викладачі/тренери є специфічною категорією персоналу зі сформованою професійною ідентичністю і спеціальною професійною підготовкою. Політика та ініціативи різних учасників таких систем (галузевих організацій, роботодавців, об'єднань викладачів/тренерів тощо) повинні спрямовуватися на стимулювання і забезпечення навчання впродовж життя всіх категорій персоналу на виробництві.

На даному етапі в Україні існує низка проблем розвитку системи професійного навчання персоналу на виробництві, тому задля забезпечення підприємств кваліфікованими працівниками, доцільно модернізувати професійне навчання, розвиваючи інтегровану систему, що базується на співпраці бізнесу і закладів освіти.

Драйвери інноваційних змін у сфері вищої освіти в Україні та успішних бізнес-проектів сьогодні об'єднують спільні зусилля. Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» у рамках співпраці з АТ «Укртранснафта» проводить серії тренінгів для співробітників виробничих підрозділів. На сьогодні бізнес реально зацікавлений у спільних проектах та готовий інвестувати у професіоналів [4]. На базі власних інноваційних лабораторій та Навчально-наукового нафтогазового полігону проводяться навчання за короткостроковими програмами підвищення кваліфікації для інженерно-технічних працівників ПАТ «Укрнафта». Також університет підписав Меморандум про співпрацю з Європейським інститутом безперервної освіти (EIDV), який засвідчує консолідацію зусиль провідних європейських університетів у сфері забезпечення якісної практичної підготовки фахівців за різними спеціальностями, проведення спільних івентів, підвищення кваліфікації та стажування, реалізації програм мобільності на базі університетів-партнерів [5]. Післядипломна освіта як спеціалізоване вдосконалення освіти та професійної підготовки особи в університеті сьогодні здійснюється за 31 акредитованими спеціальностями.

Інформаційні джерела

1. Професійний розвиток персоналу підприємств у країнах Європейського Союзу: посібник / Л.П. Пуховська, А.О. Ворначев, С.О. Леу; за наук. ред. Л.П. Пуховської. Київ: ІПТО НАПНУ. 2015. 176 с.
2. Професійні стандарти і кваліфікації у країнах з високорозвинутою економікою / Л. П. Пуховська, А. О. Ворначев, С. В. Мельник, Ю. І. Кравець; за наук. ред. Л. П. Пуховської. К.: «НВП Поліграфсервіс», 2014. 176 с.
3. Професійний розвиток персоналу підприємств в системі мотиваційного менеджменту: колективна монографія / М.В. Семикіна, С.В. Дудко, А.А. Орлова та ін. Кропивницький: КОД, 2021. 440 с.
4. Полтавська політехніка підписала Меморандум про співпрацю з АТ «Укртранснафта». URL: <https://nupp.edu.ua/news/poltavska-politehnika-pidpisala-memorandum-pro-spivpratsyu-z-at-ukrtransnafta.html>
5. Полтавська політехніка підписала Меморандум про співпрацю з Європейським інститутом безперервної освіти (EIDV) URL: <https://nupp.edu.ua/news/poltavska-politehnika-pidpisala-memorandum-pro-spivpratsyu-z-eidv.html>

УДК 005.95/96

DOI:10.5281/zenodo.11863124

А.А. Глушенкова, канд. геогр. наук, доц. (ДУІКТ, Київ)

Н.А. Баннікова, здоб. ОС «бакалавр» (ДУІКТ, Київ)

АДАПТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Адаптивне управління персоналом є важливим аспектом сучасного управління організаціями. Воно забезпечує ефективну реакцію на зміни середовища, що передбачає гнучкість, мобільність та співпрацю між керівництвом і персоналом. Цей підхід включає моніторинг ділових, особистісних і професійних якостей працівників для об'єктивної оцінки їх компетентності. Адаптація персоналу до умов підприємства сприяє мотивації, зниженню плинності кадрів та підвищенню ефективності діяльності організації. [1, 2, 3].

Філософське обґрунтування адаптивного управління може бути пов'язане з теорією нестабільності, що пояснює нелінійний розвиток систем при переході з одного сталого стану в інший, що є особливо актуальним для сучасного українського суспільства [2].

Організації можуть розробляти програми адаптації, що включають завдання, терміни виконання та очікувані результати для нових співробітників, сприяючи успішній інтеграції новачків у команду та досягненню поставлених цілей [4].

Таким чином, адаптивне управління персоналом допомагає організаціям ефективно пристосовуватися до змін і досягати своїх цілей, виступаючи важливим інструментом у сучасному бізнес-середовищі.

Адаптивне управління персоналом є ключовим для ефективної роботи організацій. Інструменти, такі як програма адаптації персоналу, розвиток навичок командної роботи, наставництво, формування ефективних робочих груп і систематичні семінари та тренінги, сприяють швидкій адаптації нових співробітників, знижують плинність кадрів і підвищують продуктивність. Ці заходи створюють сприятливе середовище для персоналу та забезпечують високу ефективність організації. [4, 5].

В таблиці 1 описано інструменти адаптивного управління та їх використання для підвищення ефективності діяльності підприємств.

Таблиця 1 - Інструменти адаптивного управління для підвищення ефективності діяльності підприємств

Інструменти	Опис
Гнучке планування та прогнозування	Сценарне планування для передбачення змін та адаптації. Моніторинг ринкових тенденцій.
Оцінка та розвиток персоналу	Кваліметричні методики для оцінки професійних якостей. Регулярні атестації та оцінки роботи.
Програми навчання та розвитку	Програми підвищення кваліфікації та розвитку. Тренінги з розвитку гнучких навичок.
Мотиваційні системи	Системи оплати праці з бонусами за досягнення. Програми визнання та винагородження.
Гнучкі організаційні структури	Матричні або проектні структури для ефективного розподілу ресурсів. Делегування повноважень.
Інноваційні технології	Інформаційні системи для автоматизації управлінських процесів. Використання штучного інтелекту.
Комунікаційні стратегії	Відкриті канали комунікації. Регулярні зустрічі та наради для обговорення та прийняття рішень.
Моніторинг та аналіз діяльності	Системи управління продуктивністю для моніторингу показників. Аналіз даних для покращення.
Стратегічне партнерство та кооперація	Партнерські відносини з іншими підприємствами для обміну досвідом. Участь у галузевих асоціаціях.

Джерело: створено автором на основі [6, 7, 8, 9].

Використання цих інструментів дозволяє підприємствам підвищувати свою гнучкість, адаптивність та загальну ефективність, що є ключовим фактором успіху в сучасному динамічному бізнес-середовищі.

Адаптивне управління персоналом дозволяє організаціям ефективно реагувати на зміни в середовищі, сприяючи гнучкості та співпраці між керівництвом і персоналом. Важливою складовою цього підходу є адаптація персоналу до умов функціонування підприємства, що забезпечує мотивованих працівників та підвищує ефективність.

Реалізація програм адаптації, розвиток навичок командної роботи та формування ефективних робочих груп сприяють успішній адаптації нових співробітників і підвищують загальну продуктивність. Використання різноманітних інструментів адаптивного управління дозволяє підприємствам збільшувати їх гнучкість та ефективність в сучасному бізнес-середовищі.

Інформаційні джерела

1. Адаптація персоналу в організації: види, етапи, особливості та рекомендації. Українська «Преса» Онлайн. URL: <https://presa.com.ua/psykholohiia/adaptatsiya-personalu-v-organizatsiji-vidi-etapi-osoblivosti-ta-rekomendatsiji.html>.

2. Сльникова Г. В., д. пед. н., професор. Технологія адаптивного управління персоналом організації. С. 1–10. URL: https://lib.iitta.gov.ua/2254/2/1st_AU_perc_organiz.PDF.

3. Флейгута Х. Інноваційні підходи в практиці управління персоналом. *IV Міжнародна науково-практична конференція студентів та молодих вчених Актуальні проблеми вітчизняної економіки, підприємництва та управління на сучасному етапі* : матеріали міжнар. наук. конф. С. 165–167.

4. Спіцина А. Є. Механізм реалізації адаптивного управління персоналом транспортної галузі. *Економічний вісник*. 2022. № 3. С. 156–167.

5. Кормишкін Ю. А., Уманська В. В. Дієві інструменти управління персоналом в органах місцевого самоврядування. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2021. № 4. С. 24–32.

6. Стрижеус Л., Тендюк А. Управління адаптацією персоналу організації в системі менеджменту персоналу. *Економічний форум*. 2022. Т. 1, № 4. С. 115–121.

7. Магомедов М. С. Система адаптивного управління та її елементи. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2015. № 11. С. 121–129.

8. Магомедов М. С., Черепанова О. В. Напрями удосконалення інструментів адаптивного управління діяльністю коксохімічних підприємств. Тези доп. 24-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я" / ред. Є. І. Сокол. Харків, 2016. С. 216.

9. Інструменти адаптивного навчання в CMS UCU. ЦеНІТ. URL: <https://ceit-blog.ucu.edu.ua/ed-tech/adaptyvni-instrumenty-navchannya-v-cms-ucu/>.

УДК 331.3

DOI:10.5281/zenodo.11863380

І.М. Дашко, д-р. екон. наук, проф. (ЗНУ, Запоріжжя)
Л.В. Михайліченко, здоб. ОС «магістр» (ЗНУ, Запоріжжя)

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ЯК НЕВІД'ЄМНА ЧАСТИНА СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ЗСУ

Розвиток персоналу є важливою складовою ефективного управління Збройними Силами України (Далі – ЗСУ). В умовах посилення військової діяльності в світі та на тлі російської агресії, ЗСУ стикаються з великими викликами та загрозами, що вимагає підвищеної готовності та ефективності. Одним з ключових ресурсів в досягненні цих цілей є персонал ЗСУ. Оптимізація та розвиток персоналу дозволить не тільки підвищити готовність ЗСУ до виконання завдань, але й забезпечить ефективність управління ЗСУ та забезпечить національну безпеку, тому поставлення задачі щодо розвитку персоналу в ЗСУ є дуже важливим завданням на сьогоднішній день.

Розвиток персоналу є однією з найважливіших складових ефективного управління ЗСУ. Один з підходів до визначення поняття «розвиток персоналу» полягає у тому, що це система процесів, спрямованих на забезпечення розвитку професійних та особистісних якостей працівників з метою забезпечення успішності організації [5].

Важливою складовою розвитку персоналу в ЗСУ є навчання та підвищення кваліфікації військовослужбовців, що дозволяє забезпечити високий рівень професійної підготовки та підвищити ефективність виконання військових завдань. Однак, на практиці, існують проблеми у системі підвищення кваліфікації військовослужбовців, такі як недостатня фінансова підтримка, обмеженість доступу до сучасних навчальних технологій, недостатня кількість кваліфікованих наставників [4].

Розвиток персоналу в ЗСУ також пов'язаний з формуванням та управлінням командами військовослужбовців, що є важливим елементом військової організації та забезпечує координацію дій військовослужбовців під час виконання військових завдань. Формування та управління командами військовослужбовців повинно забезпечувати не лише високий рівень професійної підготовки, а й розвиток особистісних якостей військовослужбовців, таких як: лідерство, комунікативність, вміння приймати рішення тощо [1].

Діючі системи оцінки потреб в розвитку персоналу в ЗСУ мають на меті визначення потреб в розвитку професійних та особистісних

якостей військовослужбовців для забезпечення ефективного виконання військових завдань. Такі системи використовуються для планування навчання та підвищення кваліфікації військовослужбовців, а також для визначення кандидатів на посади з вищим рівнем відповідальності [6].

Одним з ключових факторів, що впливають на потреби в розвитку персоналу в ЗСУ, є зміни в технологіях військового виробництва та управління військовою організацією. Оскільки військові завдання є динамічними та вимагають постійного оновлення та підвищення рівня професійної підготовки військовослужбовців, системи оцінки потреб в розвитку персоналу повинні враховувати ці зміни та використовувати сучасні методи та технології навчання і підвищення кваліфікації. Також для ефективності системи підвищення кваліфікації, необхідно враховувати такі фактори, як: відповідність навчальної програми потребам ЗСУ, кваліфікацію та досвід наставників, доступність сучасних навчальних технологій та МТБ та результати ефективності системи підвищення кваліфікації [3].

Для забезпечення ефективності системи підвищення кваліфікації військовослужбовців важливо забезпечити наявність необхідних ресурсів та інфраструктури, а також розробити детальні плани та програми навчання з урахуванням потреб ЗСУ.

Таким чином, оцінка потреб в розвитку персоналу в ЗСУ є важливою складовою ефективного управління персоналом. Діючі системи оцінки потреб в розвитку персоналу повинні враховувати зміни в технологіях військового виробництва та управління військовою організацією, а також оцінювати ефективність системи підвищення кваліфікації військовослужбовців. Для забезпечення ефективності системи підвищення кваліфікації військовослужбовців важливо забезпечити наявність необхідних ресурсів та інфраструктури, розробити детальні плани та програми навчання, враховуючи потреби ЗСУ та використовуючи сучасні методи та технології навчання та підвищення кваліфікації.

Треба зазначити, що використання новітніх технологій у формуванні та управлінні командами військовослужбовців може забезпечити більш ефективне та швидке виконання військових завдань, а також покращити комунікацію та зв'язок між членами команди. До таких технологій можна віднести застосування інтерактивних дошок, відеоконференцій, спеціальних програм для планування та координації роботи команди тощо [2].

Отже, управління персоналом є ключовою складовою ефективності ЗСУ. Розвиток персоналу в ЗСУ є найважливішим ресурсом управління, який визначає здатність до виконання військових

завдань та досягнення стратегічних цілей. Оцінка потреб в розвитку персоналу, формування та управління командами військовослужбовців є важливими етапами управління персоналом в ЗСУ. Діючі системи оцінки потреб в розвитку персоналу та управління командами військовослужбовців повинні враховувати зміни в технологіях військового виробництва та управління військовою організацією. Для досягнення максимальної ефективності варто використовувати новітні технології у формуванні та управлінні командами, а також оцінювати ефективність систем підвищення кваліфікації військовослужбовців. Забезпечення високої якості розвитку персоналу та ефективного управління командами є необхідним для забезпечення ефективності виконання завдань та забезпечення безпеки та захисту національних інтересів України.

Інформаційні джерела

1. Бондаренко О.М. Формування та управління командами військовослужбовців: особливості та ефективність. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету*. 2020. Вип. 41. С. 123–130.
2. Головка А. М. Управління командою як інструмент забезпечення ефективності виконання військових завдань. *Науковий вісник Національного університету оборони України*. 2017. № 4 (50). С. 30–35.
3. Жовнір І. А. Організація системи підвищення кваліфікації військовослужбовців в контексті потреб Збройних Сил України. *Науковий вісник Національного університету оборони України*. 2019. № 4(57). С. 82–87.
4. Лисенко В. В. Проблеми системи підвищення кваліфікації військовослужбовців. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2018. № 29. С. 112–115.
5. Мельник І. В. Розвиток персоналу як система процесів управління організацією. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України* 2019. Вип. 299(1). С. 157–163.
6. Терещук О. М. Системи підвищення кваліфікації військовослужбовців: проблеми та перспективи. *Військова справа та безпека*. 2017. № 2. С. 56–61.
7. Дашко І. М., Михайліченко Л. В. Розвиток персоналу як найважливіший ресурс управління в Збройних силах України. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2023. № 3. URL: <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/16793127456647.pdf>

УДК 338.43

DOI:10.5281/zenodo.11863605

О.В. Демченко, канд. екон. наук, доц. (ОНТУ, Одеса)

СУЧАСНИЙ СТАН ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ

Сучасний стан формування людського капіталу сільських територій України є критично важливим для економічного розвитку, соціальної стабільності та збереження національної культурної спадщини. Підвищення рівня освіти, здоров'я та професійних навичок сприяє зменшенню міграції до міст і закордон, а також підвищує продуктивність та конкурентоспроможність аграрного сектора. Інвестування в людський капітал не тільки сприяє сталому розвитку та екологічній стійкості сільських громад, але й зміцнює національну безпеку через створення сильних і самодостатніх місцевих спільнот.

Основою формування і розвитку людського капіталу сільських територій України є міцна економічна база. Господарський успіх жителів сільських територій є найкращим мотиваційним чинником розширеного демографічного відтворення та базис інвестицій в добробут їх сімей – освіту, охорону здоров'я, задоволення матеріальних потреб тощо.

Сільські домогосподарства, що провадять товарне виробництво є основою малих організаційних форм сільськогосподарського виробництва із притаманними їм специфічними перевагами і недоліками. Найбільшою проблемою дрібних товаровиробників є матеріально-технічне постачання і збут готової продукції. Безальтернативним способом вирішення даної проблеми є суттєве покращення господарської координації малих і середніх організаційних форм агробізнесу за допомогою створення сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів.

В країні має місце недофінансування ключових напрямів витрат, що формують здоров'я нації: на макрорівні – системи охорони здоров'я, на мікрорівні – споживання базових товарів і послуг, що забезпечують нормальне відтворення людини. Має місце низька ефективність вітчизняної системи охорони здоров'я: значна частина сільського населення України позбавлена важливих медичних продуктів через їх високу вартість; в системі державних установ охорони здоров'я має місце корупція; збільшення дефіциту медичних спеціалістів підвищує ризики невчасної, неповної медичної допомоги жителям сільських територій або її повну відсутність.

В Україні середня частка витрат на освіту в структурі ВВП більша, ніж в ЄС і країнах з високим рівнем доходу. Причиною є необхідність фінансування дуже великої мережі освітніх закладів. В результаті абсолютні розміри коштів, що доходять на фінансування кожного окремого освітнього закладу – невисокі. Самим негативним наслідком такого розподілу є заробітні плати українських шкільних учителів – вони найнижчі у Європі. В результаті кваліфікація та продуктивність праці українських учителів не відповідають вимогам сучасної школи. Одним із виходів зі складної ситуації є оптимізації вітчизняних закладів освіти шляхом їх об'єднання та закриття недоукомплектованих.

Російська військова агресія та її наслідки створили цілком нову реальність – ментальні, культурні, організаційні, соціальні, економічні та інші аспекти буття українського суспільства уже ніколи не будуть такими, якими вони були до цієї війни. Такі зміни поки що достатньо важко вловити та усвідомити багатьом українцям, які знаходяться у тилкових областях. І цьому є об'єктивне пояснення – інертність людського мислення, що обумовлена зосередженням на вирішенні самого важливого завдання сформованого середовищем війни – вижити. Однак, як тільки військові дії припиняться і розпочнеться етап відновлення економічного, соціального та природного середовища зруйнованої війною країни, активна частина суспільства – ветерани війни, волонтери, незалежні журналісти та громадські організації, громадянсько-свідома молодь і т.д., переключать свою увагу на вирішення гострих проблем облаштування життєвого середовища української нації. Ними уже формується зараз і буде обов'язково сформовано принципово новий запит на відповідальність усіх гілок влади, соціальних груп і кожного окремого громадянина за розбудову правової, демократичної, конкурентоспроможної країни. За таких обставин, а також враховуючи гострий дефіцит фінансових, організаційних та кадрових ресурсів, який обов'язково виникне з початком відбудови післявоєнної країни, формування комфортного соціального середовища окремих сільських громад залежатиме виключно від рівня їх громадянської активності.

Інформаційні джерела

1. Людський капітал: формування та розвиток сільських територій: монографія. Желавський О. Б., Свиноус І.В., Нянько В. М. та ін.; за ред. О.Б. Желавського. Київ: ТОВ «ТРОПЕА», 2023. 480 с.

2. Демченко О.В., Ситник Н.І., Лагодієнко В.В. Теоретико-методологічні засади формування та розвитку людського капіталу аграрної сфери в умовах індустрії 4.0. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2022. Том 7. № 2. С. 375-383.

УДК 37.014.5:004:377:378

DOI:10.5281/zenodo.11863769

О.О. Денісова, канд. екон. наук, доц. (КНЕУ, Київ)

ПРОФЕСІЙНІ СТАНДАРТИ З ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ЕКОСИСТЕМІ ОСВІТИ ЄС

Екосистема підготовки ІКТ-фахівців в ЄС об'єднує широкий спектр учасників, задіяних у розробці та реалізації політик та ініціатив у рамках стратегій, визначених такими документами, як Пакт ЄС щодо навичок, Програма цифрової Європи та Європейська програма навичок. Головною метою є подолання критичного дефіциту цифрових навичок, збільшення числа кваліфікованих фахівців у сфері комп'ютерних наук, а також підвищення професійного рівня у цій галузі. Серед ключових учасників – Європейська Комісія, яка координує велику частину законодавчих та фінансових ініціатив разом з іншими органами ЄС, та національні і місцеві урядові органи, які адаптують європейські стандарти до внутрішніх потреб. Активну роль відіграють академічні та дослідницькі установи, які розробляють навчальні плани і програми, а також провайдери професійної освіти, які забезпечують практичне навчання та перекваліфікацію. Важливим аспектом є участь в цій екосистемі органів акредитації та сертифікації, професійних асоціацій та ІТ-компаній, які сприяють стандартизації навичок та визначенню актуальних потреб у кваліфікаціях. Вони також надають експертизу у формуванні вимог до освітніх програм. Бізнес-сектор та соціальні партнери, включаючи профспілки та асоціації роботодавців, активно залучені в дискусії про потреби ринку праці та адаптацію освітніх програм. Безпосередніми бенефіціарами цих процесів є споживачі освітніх послуг – особи, що здобувають освіту або підвищують свою кваліфікацію.

Для ефективної взаємодії різних учасників, гармонізації освітніх програм, досягнення високого рівня якості освіти та її відповідності вимогам ринку й індивідуальним потребам здобувачів, підтримки адаптації до швидких змін у технологіях та інноваціях, забезпечення міжнародної мобільності, а також створення передумов для успішного кар'єрного зростання студентів як конкурентоспроможних ІКТ-фахівців, виникає потреба в єдиних стандартах компетенцій. На даний момент в ЄС вже розроблено кілька стандартів, які утворюють цілісну систему. Базовим стандартом у цій системі є Європейська рамка електронних компетенцій (e-CF), в якій Європейський комітет

стандартизації визначив 41 професійну компетенцію у 5 областях, похідних від бізнес-процесів в ІКТ, та їх рівні [1-4]. e-CF може бути використана для визначення потреб компанії в певних компетенціях працівників, опису робочих місць, планування навчальних та кар'єрних траєкторій, оцінювання та самооцінювання фахівців, а також для аналітики та розроблення політик на державному та міжнародному рівнях. Вона доповнює Європейську рамку кваліфікацій (European Qualifications Framework, EQF), за допомогою якої можуть бути зіставлені національні рамки та системи кваліфікацій, і поглиблює Європейську класифікацію навичок/компетенцій, кваліфікацій та професій (European Skills/Competences, Qualifications, and Occupations, ESCO), пропонуючи більшу деталізацію для ІКТ-сектору. Ще більш специфічною є Європейська рамка навичок з кібербезпеки (European Cybersecurity Skills Framework, ECSF), що її веде Європейське агентство з кібербезпеки (ENISA).

За допомогою e-CF було визначено 30 профілів професійних ролей в ІКТ, які об'єднані в 7 сімейств [5-8]. Кожен профіль, крім компетенцій, містить місію, результати, основні завдання та області KPI. Ці профілі не є жорсткими стандартами, а служать рекомендацією та інструментом для створення контекстно-специфічних профілів. Зокрема, відділи кадрів можуть використовувати їх для опису вакансій, підбору персоналу, навчання та розвитку, управління продуктивністю та планування кар'єрного зростання працівників. Слід враховувати, що описи профілів ІКТ ролей є незалежними від використовуваних технологій та їх постачальників. Таким чином, профілі переважно містять базові компетенції та результати, які залишаються незмінними.

Одним із ключових способів використання e-CF є її інтеграція у розробку навчальних планів та окремих курсів. Освітні цілі мають відповідати визначеним компетенціям, що має бути відображено у навчальних матеріалах [9]. За допомогою цих компетенцій можна оцінювати навчальні результати та вести моніторинг прогресу студентів, які здобувають освіту, як формальну, так і неформальну. В обох випадках критично важливими є показники та метрики, які дозволяють об'єктивно оцінювати компетентність IT-фахівців [10].

Навчальні програми мають постійно оновлюватися згідно із змінами у технологіях, інтегруючи нові продукти та послуги. Формальним джерелом нових знань від науковців, дослідників та розробників у галузі ІКТ можуть служити професійні бази знань (Body of Knowledge), зокрема фундаментальних [11]. Для реалізації міждисциплінарного підходу ІКТ-компетенції мають сполучатися з іншими академічними та професійними дисциплінами, такими як

бізнес-адміністрування, медицина, інженерія, або навіть мистецтво. Відповідні інтегровані навчальні цілі забезпечують розширені можливості працевлаштування студентів, сприяють інноваціям, дозволяють студентам розвивати критичне мислення та креативність. Не менш важливим є забезпечення можливостей для студентів застосовувати професійні компетенції, навички та знання для ідентифікації та вирішення етичних проблем, з якими стикаються фахівці з ІКТ у своїй роботі. Основу для відповідних ініціатив складає Європейська рамка професійної етики для професії ІКТ (European Professional Ethics Framework for the ICT Profession, EU ICT Ethics) [12].

В цілому, описана система професійних стандартів з ІКТ охоплює різні аспекти підготовки кваліфікованих фахівців, поєднує елементи узагальнення та специфіки, забезпечує широкі можливості адаптації та сприяє співробітництву та комунікації між усіма учасниками освітньої екосистеми.

Інформаційні джерела

1. EN 16234-1:2019. e-Competence Framework (e-CF) - A common European Framework for ICT Professionals in all sectors - Part 1: Framework.
2. CEN/TR 16234-2:2021. e-Competence Framework (e-CF) - A common European Framework for ICT Professionals in all sectors - Part 2: User Guide.
3. CEN/TR 16234-3:2021. e-Competence Framework (e-CF) - A common European Framework for ICT Professionals in all sectors - Part 3: Methodology.
4. CEN/TR 16234-4:2021. e-Competence Framework (e-CF) - A common European Framework for ICT Professionals in all sectors - Part 4: Case Studies.
5. CWA 16458-1:2018. European ICT Professional Role Profiles – Part 1: 30 ICT Profiles.
6. CWA 16458-2:2018. European ICT Professional Role Profiles – Part 2: User Guide.
7. CWA 16458-3:2018. European ICT Professional Role Profiles – Part 3: Methodology.
8. CWA 16458-4:2018. European ICT Professional Role Profiles – Part 4: Case Studies.
9. CEN/TS 17699:2022. Guidelines for developing ICT Professional Curricula as scoped by EN 16234-1 (e-CF).
10. CEN/TR 17802:2022. e-Competence performance indicators and common metrics.
11. EC. The European Foundational ICT Body of Knowledge. https://itprofessionalism.org/app/uploads/2021/02/The-European-Foundational_ICT-Body-of-Knowledge-2015-11.pdf
12. CEN/TS 17834:2022. European Professional Ethics Framework for the ICT Profession (EU ICT Ethics).

УДК: 327(427)

DOI:10.5281/zenodo.11864115

В.В. Дзюба, здоб. ступ. PhD (ДУИКТ, Київ)

В.В. Жебка, д-р техн. наук, проф. (ДУИКТ, Київ)

ВИКОРИСТАННЯ МАШИННОГО НАВЧАННЯ ДЛЯ ПЕРЕДБАЧЕННЯ СТРУКТУРИ БІЛКІВ У МЕДИЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ: АДАПТАЦІЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ

Медичні дослідження у Європейському Союзі висувають високі вимоги до якості та точності даних.

Впровадження методів машинного навчання у цій сфері може значно підвищити ефективність досліджень та відповідати стандартам ЄС.

Зокрема, прогнозування тривимірної структури білків за допомогою машинного навчання є перспективним напрямком, що може мати значний вплив на розробку нових ліків та терапій.

Метою даної роботи є розробка моделі машинного навчання для передбачення структури білків, яка відповідає європейським стандартам у сфері медичних досліджень.

Для досягнення мети були використані такі методи:

1. Глибинні нейронні мережі (ГНМ) для обробки великих обсягів даних про білки.
2. Конволюційні нейронні мережі (КНМ) для виявлення просторових залежностей між амінокислотами.
3. Рекурентні нейронні мережі (РНМ) для обробки послідовностей амінокислот.

Використані методи машинного навчання були адаптовані до вимог європейських стандартів у медичних дослідженнях, зокрема:

1. Забезпечення якості даних: дані з бази PDB (Protein Data Bank) були ретельно відфільтровані та перевірені на точність.
2. Відповідність стандартам безпеки: всі алгоритми були протестовані на відповідність європейським стандартам безпеки.
3. Дотримання етичних норм: забезпечено етичне використання даних та дотримання конфіденційності.

Модель машинного навчання, що була розроблена, показала високу точність у передбаченні тривимірної структури білків.

Це може сприяти розробці нових ліків та терапій, що відповідають європейським стандартам якості та безпеки.

Результати показують, що методи машинного навчання, зокрема ГНМ, є перспективними для передбачення структури білків.

Модель враховує квантово-механічні аспекти процесу згортання, що дозволяє більш точно моделювати тривимірну структуру білків.

Однак, для подальшого покращення точності прогнозів необхідно збільшити обсяг навчальних даних та удосконалити алгоритми.

Застосування машинного навчання для моделювання згортання білків відкриває нові можливості для біоінформатики та біофізики. Використання штучних нейронних мереж та інших методів машинного навчання дозволяє значно покращити точність передбачення тривимірної структури білків.

У майбутньому планується розробка більш складних моделей, які зможуть враховувати більшу кількість факторів, що впливають на згортання білків.

Інформаційні джерела

1. Jumper, J., et al. (2021). "Highly accurate protein structure prediction with AlphaFold." *Nature*, 596(7873), 583-589.

2. Wechsler, S. D. (2021). "The quantum mechanics needs the principle of wave function collapse but this principle should not be misunderstood." arXiv preprint arXiv:2102.10000.

3. Chakraborti, S., et al. (2019). "Three-dimensional protein cage array capable of active enzyme capture and artificial chaperone activity." *Nano Letters*, 19(6), 3918-3924.

4. Singh, R., et al. (2023). "Protein misfolding, ER stress, and chaperones: An approach to develop chaperone-based therapeutics for Alzheimer's disease." *International Journal of Neuroscience*, 133(7), 714-734.

УДК 334:330.3

DOI:10.5281/zenodo.11864198

Л.М. Зомчак, канд. екон. наук, доц. (ЛНУ ім. І. Франка, Львів)

Т.І. Дербаль, здоб. ОС «бакалавр» (ЛНУ ім. І. Франка, Львів)

АВТОРЕГРЕСІЙНЕ МОДЕЛЮВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ ПРАЦІ УКРАЇНИ

Ринок праці як один з ключових елементів ринкової економіки, має важливу соціально-економічну значущість, оскільки він відображає інтереси як роботодавців, так і працівників, а також віддзеркалює зміни та явища в суспільстві. Тривалі негативні тенденції на ринку праці України спричиняють численні економічні та соціальні проблеми, заважають стабілізації та економічному зростанню, посилюють соціальну напруженість у суспільстві, підсилюють сучасні громадські рухи і можуть стати основою для соціальних і політичних революцій.

Економетричне моделювання дозволяє глибше зрозуміти закономірності та взаємозв'язки між різними показниками ринку праці, такими як рівень зайнятості, заробітна плата, продуктивність праці, інфляція, економічне зростання тощо. Використання сучасних економетричних методів і моделей дає змогу аналізувати великі обсяги даних, виявляти приховані тенденції та прогнозувати майбутні зміни. Це особливо важливо в умовах швидких економічних змін, викликаних глобалізацією, технологічними інноваціями та різноманітними соціально-економічними потребами.

Серед економетричних методів, які найчастіше застосовують для моделювання макроекономічних явищ та процесів, виділимо такі, як авторегресійне моделювання [1, 2], панельне моделювання [3], симулятивне моделювання [4, 5] тощо.

В практичній частині роботи було реалізовано VAR – модель, яку побудовано на таких економічних показниках, як: кількість великих підприємств, середня місячна зарплата та чисельність населення по областях України (дані за 2022 рік з офіційної сторінки Державної служби статистики України [6]).

Для початку аналізували, чи всі ряди є стаціонарними. На основі тесту Дікі–Фулера було визначено, що всі ряди є стаціонарними.

Провівши тест на максимальну довжину лага за різними інформаційними критеріями, зокрема: відношенням логарифмів функцій вірогідності (LR), фінальною прогновною похибкою (FPE), критерієм Акайке (AIC), критерієм Шварца (SC) і критерієм Ханна–

Квінна (HQ), отримано однакові значення оптимальної максимальної кількості лагів (5).

На основі результатів тесту Granger Causality можна зробити висновок, що причинно-наслідковий зв'язок існує між кількістю підприємств – середня заробітня плата і між середньою зарплатою – населенням. При побудові імпульсних функцій відгуків було використано звичайний підхід на основі декомпозиції Холецького і ось загальні спостереження на основі графіків: форма ІФВ показує, що реакція змінної Y на шок, що діє на змінну X , є негативною. Це означає, що коли значення X збільшується на одиницю, значення Y зменшується на певну величину, а інтервали довіри показують, що ІФВ з високою ймовірністю знаходиться в межах негативного діапазону значень.

З огляду на практичну частину роботи, можна дійти висновку, що VAR-модель дає досить точні прогнози значень трьох показників: кількості домогосподарств, кількості підприємств та середньої місячної зарплати. Модель прогнозує зниження кількості домогосподарств і кількості малих підприємств, а також зростання середньої місячної зарплати.

Інформаційні джерела

1. Zomchak L., Lapinkova A. Key Interest Rate as a Central Banks Tool of the Monetary Policy Influence on Inflation: The Case of Ukraine. *Advances in Intelligent Systems. Computer Science and Digital Economics IV*. Cham: Springer Nature Switzerland. 2023. P. 369-379.

2. Zomchak L., Stelmakh A. ARIMA-model of Ukrainian Macroeconomic Indicators Forecasting. Emergence of public development: financial and legal aspects : Collective monograph. Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom. 2019. P. 213–221

3. Zomchak L., Vdovyn M., Deresh O. Regional Economic Development Indicators Analysis and Forecasting: Panel Data Evidence from Ukraine. *The International Conference on Artificial Intelligence and Logistics Engineering*. Cham: Springer Nature Switzerland. 2023. P. 217-228

4. Zomchak L. M. Sustainable development of Ukraine as a combination of social, economic and environmental components: structural econometric model of three-pillar approach. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. IOP Publishing. 2023. Vol. 1254. No. 1. P. 012125

5. Зомчак Л. М., Старчевська І. М. Симультаивне моделювання залежності економічного зростання та рівня інфляції України. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2022. №1 (105). С. 78-85.

6. Офіційний сайт Державної служби статистики. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

УДК 331.08

DOI:10.5281/zenodo.11864290

К.В. Калєнік, канд, екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: ЄВРОПЕЙСЬКІЙ ВЕКТОР

У сучасному конкурентному середовищі готельно-ресторанний бізнес стикається з численними викликами, що вимагають високого рівня професіоналізму від усього персоналу. Одним із ключових факторів успішної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу є забезпечення бездоганного обслуговування, що відповідає європейським стандартам. Європейський вектор у підготовці та підвищенні кваліфікації персоналу стає важливим орієнтиром для багатьох підприємств сфери гостинності, які прагнуть досягти високих стандартів обслуговування. Це можливо лише за умови постійного підвищення кваліфікації співробітників.

Підвищення кваліфікації персоналу дозволяє підприємствам готельно-ресторанного бізнесу:

- покращити якість обслуговування: навчені працівники можуть краще взаємодіяти з клієнтами, ефективно вирішувати проблеми та забезпечувати високий рівень сервісу.

- забезпечити відповідність міжнародним стандартам: Європейські стандарти обслуговування встановлюють високі вимоги до якості послуг, гігієни та безпеки.

- залучити та утримати клієнтів: професійне обслуговування сприяє формуванню позитивного іміджу підприємства та підвищенню лояльності клієнтів.

- підвищити мотивацію та продуктивність працівників: інвестиції в навчання сприяють підвищенню мотивації персоналу та їхньому професійному розвитку.

Стандартом на міжнародному ринку праці є систематичне підвищення кваліфікації працівників шляхом постійного запуску курсів для отримання додаткових навичок та підвищення кваліфікації [1].

Ключовими сертифікаційними програмами для підвищення кваліфікації є:

1. EuroCHRIE (European Council on Hotel, Restaurant & Institutional Education). Організація пропонує освітні програми та семінари з менеджменту готелів, ресторанів, управління подіями та туризмом.

2. AHLEI (American Hotel & Lodging Educational Institute). Сертифікаційні програми для різних рівнів персоналу, включаючи Certified Hotel Administrator (CHA), Certified Hospitality Supervisor (CHS), Certified Food and Beverage Executive (CFBE) та інші.

3. WSET (Wine & Spirit Education Trust). Програми для професіоналів у сфері виноробства та напоїв, включаючи різні рівні сертифікації.

4. EHL (École hôtelière de Lausanne). Престижна школа готельного менеджменту, що пропонує сертифікаційні програми для різних аспектів готельно-ресторанного бізнесу.

Перевагами Європейських сертифікаційних програм є:

- визнання на міжнародному рівні: Європейські сертифікаційні програми визнаються у всьому світі, що підвищує конкурентоспроможність працівників на міжнародному ринку праці;

- високі стандарти навчання: програми забезпечують високу якість освіти та професійної підготовки, що відповідає сучасним вимогам готельно-ресторанного бізнесу;

- кар'єрні перспективи: наявність сертифікатів від відомих організацій відкриває нові можливості для кар'єрного росту та підвищення заробітної плати;

- покращення якості обслуговування: підвищення кваліфікації персоналу безпосередньо впливає на якість обслуговування клієнтів, що сприяє підвищенню репутації та лояльності споживачів.

Підвищення кваліфікації персоналу підприємств готельно-ресторанного бізнесу відповідно до європейських стандартів є необхідною умовою для забезпечення високого рівня обслуговування та конкурентоспроможності на ринку. Впровадження систематичних програм навчання, використання сучасних технологій дозволяють досягти високих стандартів сервісу та задовольнити потреби найвибагливіших споживачів. Інвестиції в професійний розвиток персоналу є ключовим фактором успіху для будь-якого підприємства готельно-ресторанного бізнесу.

Інформаційні джерела

1. Непочатенко, В. (2022). Підвищення кваліфікації персоналу як складова успішного розвитку підприємств індустрії гостинності. *Економіка та суспільство*, (39).

УДК 657:330.3:005.342

DOI:10.5281/zenodo.11864524

Н.Б. Кащена, д-р екон. наук, проф. (ДБТУ, Харків)

І.В. Нестеренко, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

РЕІНЖИНІРИНГ ПРОЦЕСУ ОБЛІКУ ЕКО-ІННОВАЦІЙ У ФОКУСІ СТАНДАРТІВ ЕС

В умовах сучасних економічних викликів та зростаючої екологічної свідомості суспільства, реінжиніринг процесу обліку еко-інновацій набуває надзвичайної актуальності. Європейський Союз, як один з провідних світових лідерів у сфері екологічної політики та сталого розвитку, встановлює високі стандарти щодо впровадження та обліку еко-інновацій. Це зобов'язує підприємства адаптувати свої облікові системи відповідно до новітніх вимог і стандартів, забезпечуючи прозорість, точність та комплексність даних про екологічні інновації [1]. Для ефективного управління еко-інноваціями необхідна чітка та гнучка система їх обліку, яка дозволить нівелювати проблеми, пов'язані з дублюванням даних та складністю облікових процесів, обмеженою інтеграцією з управлінською інформаційною системою підприємства, низьким рівнем якості та аналітичності облікових даних для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Вирішення даного завдання можливо шляхом реінжинірингу процесу обліку еко-інновацій, під яким слід розуміти оптимізацію існуючої системи обліку еко-інновацій з метою підвищення її аналітичності та відповідності вимогам системи екологічного управління [2, с. 500]. Впровадження даної системи, з урахуванням європейського досвіду, дозволить своєчасно ідентифікувати проблеми та удосконалювати облікові процеси, проводити моніторинг екологічних індикаторів, генерувати звіти і ділитися даними про екологічні показники із зацікавленими сторонами та споживачами. Реалізація першого етапу реінжинірингу процесу обліку еко-інновацій потребує чіткого розуміння його необхідності, і пов'язана із визначенням цілей і завдань, суб'єктів і осіб, зацікавлених у покращенні облікових даних щодо еко-інновацій. Тригерами реінжинірингу процесу обліку еко-інновацій можуть бути як зовнішні (зокрема такі як зміни в законодавстві, ринкових умовах або технологіях тощо), так і внутрішні (зокрема такі як неефективність існуючого процесу, недостатня інтеграція з іншими системами, відсутність чітких цілей та показників або низька залученість співробітників тощо) фактори. На цьому етапі важливо залучити до процесу всіх зацікавлених сторін, включаючи керівництво,

співробітників, клієнтів та постачальників. Другий етап (ідентифікація) реінжинірингу процесу обліку еко-інновацій передбачає: аналіз існуючих етапів та дій, що здійснюються в рамках процесу обліку еко-інновацій; візуалізацію процесів обліку (створення схем та діаграм інформаційних потоків, які наочно представляють кожен процес (процедуру, операцію), включаючи його вхідні та вихідні дані, дії та учасників тощо); класифікацію процесів за подібними категоріями для виявлення зв'язків та взаємозалежностей; створення моделі «as-is» [3, с. 65]. Остання орієнтована на: документування поточного стану процесу обліку еко-інновацій, включаючи необхідні ресурси та показники результативності; визначення недоліків, неефективності та вузьких місць в поточних процесах обліку еко-інновацій; аналіз кореневих причин проблем, пов'язаних з процесами; збір даних про ефективність процесів, таких як час, витрачений на виконання завдань, ресурси, що використовуються, та якість отриманих даних. Результатом другого етапу реінжинірингу буде чітке розуміння та документування існуючого процесу обліку. Третій етап реінжинірингу процесу обліку еко-інновацій орієнтовано на діагностику, яка має на меті виявлення слабких місць та проблем в діючій обліковій практиці задля розробки нового, більш ефективного та результативного процесу. Доречним методичним інструментом при цьому є SWOT-аналіз. Він дозволяє визначити сильні та слабкі сторони діючого процесу обліку еко-інновацій, оцінити можливості та загрози, з якими стикається підприємство в сфері реалізації еко-інновацій, виявити ключові фактори, які впливають на еко-інноваційну діяльність підприємства, сформулювати рекомендації щодо покращення процесу обліку еко-інновацій [4, с. 60]. На етапі діагностики SWOT-аналіз доцільно поєднувати з іншими методами, зокрема такими як аналіз моделі «as-is», збір відгуків та аналіз даних. Під час аналізу моделі «as-is» потрібно зосередитись на проблемних зонах, неефективності та вузьких місцях, які були виявлені на попередньому етапі реінжинірингу, проаналізувати причини цих проблем. Наступний крок – порівняння діючого процесу обліку еко-інновацій з кращими практиками в галузі. Ця інформація стане основою для розробки нового, більш ефективного та результативного процесу обліку еко-інновацій. Четвертий етап, згідно запропонованої моделі, спрямований на планування реінжинірингу процесу обліку еко-інновацій підприємства, що передбачає формування чітких, вимірних, досяжних, релевантних та часових його цілей та визначення відповідних інструментів та методів, які дозволять їх реалізувати. З поміж останніх: програмне забезпечення для управління еко-інноваціями; системи збору та аналізу даних; методи моделювання

та прогнозування; інструменти для управління проектами; методи навчання та розвитку персоналу. Результатом цього етапу реінжинірингу має бути чіткий план дій з визначеними цілями, інструментами та методами для вдосконалення процесу обліку еко-інновацій. П'ятий етап реалізації реінжинірингу передбачає тестування нового процесу обліку еко-інновацій задля того, щоб виявити та усунути будь-які проблеми або недоліки. Подальший запуск нового процесу обліку еко-інновацій повинен бути ретельно спланований та організований для мінімізації перешкод та забезпечення плавного переходу. Шостий, заключний етап реінжинірингу процесу обліку еко-інновацій орієнтовано на моніторинг та оцінку, що мають на меті відстеження результатів оновленого процесу обліку та його впливу на управління еко-інноваційною діяльністю підприємства, виявлення будь-яких проблем або недоліків в новому процесі, а також внесення необхідних змін до процесу задля його покращення [5, с. 120].

Таким чином, впровадження реінжинірингу процесів обліку еко-інновацій відповідно до стандартів ЄС є стратегічно важливим кроком для підприємств, спрямованим на забезпечення стійкого розвитку та досягнення високих показників екологічної ефективності.

Інформаційні джерела

1. Якушенко Л. Аналіз досвіду Європейського співробітництва щодо формування і втілення інституцій та інструментів екологічної політики. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/840>
2. Кащена Н. Б., Нестеренко І. В. Цифровізація та екологізація інноваційного розвитку бізнесу: маркетингові аспекти повсякденного відновлення. Маркетинг у підприємстві, біржовій діяльності та торгівлі vsmart-суспільстві: управлінський, інноваційний та методичний виміри: колективна монографія. 2023. С. 482-504. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/31522>
3. Мельник А.О., Соловійова Т.М. Особливості застосування реінжинірингу бізнес-процесів на вітчизняних підприємствах. Економічний форум, 2020, 1(3), 63-70. DOI: 10.36910/6775-2308-8559-2020-3-10
4. Нестеренко І.В., Чміль Є.Л. Диджиталізація формування облікової інформації про інноваційну діяльність суб'єктів бізнесу. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2023. Вип. 6 (6), С. 56–62. DOI: 10.32782/dees.6-11 URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/39825>
5. Kashchena N., Nesterenko I. Digitalization of environmental safety management as a tool for ensuring sustainable development. Integration vectors of sustainable development: economic, social and technological aspects: collective monograph. The University of Technology in Katowice Press, 2023. С. 109-122. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/27313>

УДК 658:021.282

DOI:10.5281/zenodo.11865018

Н.С. Ковалевська, канд. екон. наук, проф. (ДБТУ, Харків)

ЦИФРОВІ РІШЕННЯ ТА ГАРМОНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ ВІДПОВІДНО ВИМОГ ЄС

Нові об'єктивні умови функціонування підприємств торгівлі потребують докорінної зміни методів управління, підвищують вимоги до бухгалтерського обліку і зумовлюють необхідність посилення інформаційної, контрольної та прогностичної його функцій з метою прийняття обґрунтованих стратегічних рішень. Насьогодні прогресивною системою управління є система, яка дозволяє досягати стратегічних цілей суб'єктів бізнесу шляхом розбудови інформаційно-технологічної архітектури облікових даних із застосуванням засобів цифровізації. При цьому, цифровізація представляє собою докорінне перетворення, що полягає у проникненні новітніх цифрових технологій у бізнес-процеси, підвищенні продуктивності та нарощуванні комунікації зі споживачами [1, с. 57].

Цифрові рішення відіграють ключову роль у гармонізації облікових процесів підприємств торгівлі відповідно до вимог ЄС. Впровадження ERP-систем, автоматизація облікових процесів та використання систем бізнес-аналітики сприяють стандартизації, підвищенню точності та прозорості облікової інформації. Автоматизація облікових процесів за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення дозволяє значно підвищити ефективність облікових операцій. Програмні рішення, такі як бухгалтерські програми, дозволяють автоматизувати рутинні облікові завдання, забезпечують зберігання та обробку великих обсягів даних, а також інтеграцію з іншими системами підприємства. Системи бізнес-аналітики (BI) дозволяють підприємствам проводити глибокий аналіз облікових даних, що є важливим для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Використання BI-рішень (наприклад, Tableau, Power BI) сприяє візуалізації даних, що полегшує моніторинг фінансових показників та дозволяє швидко виявляти відхилення від планових показників. Наразі, активний розвиток отримали послуги хмарних обчислень, зокрема, в торговельній сфері, де завдяки загальним серверам постачальників хмарних послуг, охоплення підприємств торгівлі хмарними обчисленнями збільшилося за досліджуваний період утричі. Також з розвитком хмарних технологій та сервісів пов'язаний

аналіз «великих даних», необхідність якого виникла із прискоренням нагромадження великих масивів інформації та їх ускладненням. Динаміка кількості торговельних підприємств, що проводили аналіз «великих даних» за досліджуваний період, поки що залишається за більшістю джерел інформації негативною [2, с. 33]. В сучасних реаліях, згідно результатів проведеного дослідження, відбувається: постійне збільшення обсягів та розширення сфери електронної торгівлі через мережу Інтернет, яка стала конкурентоспроможним каналом реалізації товарів і послуг споживачам, порівняно з традиційними методами роздрібною торгівлі; збільшення активності та довіри споживачів до купівлі товарів у мережі Інтернет, тому актуальною є вимога зростання рівня безпеки в процесі купівлі товарів і послуг в Інтернеті; зростання частки користувачів, що купують товари і послуги із мобільних пристроїв – смартфонів чи планшетів, тому, розробляючи сайти та інтернет-магазини, підприємцям слід звернути увагу на їх адаптацію до мобільних пристроїв й формувати відносини із покупцями через мобільні додатки, месенджери, постійно відстежувати та аналізувати контент, що формується самими покупцями.

Використання новітніх цифрових рішень є нагальною потребою часу для забезпечення необхідної гармонізації облікових процесів відповідно до вимог ЄС. Саме гармонізація облікових стандартів відповідно до міжнародних норм забезпечує підприємствам торгівлі доступ до глобальних ринків, підвищує їхню конкурентоспроможність та сприяє сталому розвитку. До заходів імплементації Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, належить адаптація національного законодавства у сфері бухгалтерського обліку до вимог ЄС. При цьому, важливі питання, які стосуються методології формування фінансової звітності в умовах євроінтеграційних процесів, залишаються невирішеними. Це стосується насамперед гармонізації фінансової звітності, а також визначення основних шляхів її вдосконалення з урахуванням імплементації Директиви 2013/34/ЄС та МСФЗ [3]. У Європейському союзі бухгалтерський облік та фінансова звітність регулюються 10 основними діючими директивами, а впровадження положень директив в країнах-членах ЄС відбувається шляхом широкого обговорення громадськими організаціями та науковцями, аналізу положень, які передбачають вибір певного варіанту. Положення Директиви надають можливість підприємствам залучати кошти інвесторів не виходячи на фондовий ринок, але деякі положення останніх Директив є суперечливими, та можуть впроваджуватися в національну систему обліку і аудиту після глибинного аналізу та обговорення фахівцями. Найбільшою

розбіжністю, яка існує між вітчизняною та європейською системами – є різні параметри, за якими відбувається поділ підприємств на малі, середні та великі [4, с. 154]. У свою чергу, це заважає формуванню уніфікованих з європейськими стандартів та сфери використання МСФЗ для вітчизняних підприємств торгівлі. Окремо потрібно зазначити, що серед країн ЄС не існує єдиного уніфікованого підходу до застосування плану рахунків комерційних підприємств [5, с. 87]. При цьому, перевагою Директиви 2013/34/ЄС є дозвіл компаніям складати баланси та звіти про прибутки й збитки пропорційно до їх розмірів та інформаційних потреб користувачів фінансової звітності.

Таким чином, в умовах цифровізації економіки перед багатьма суб'єктами бізнесу постає проблема пришвидшення формування, сприйняття та аналізу інформації. Інтеграція цифрових рішень у облікові системи підприємств торгівлі є невід'ємною складовою успішного функціонування в сучасному глобалізованому економічному середовищі. Гармонізація облікових стандартів є ключовим елементом забезпечення відповідності вимогам ЄС, що забезпечує прозорість фінансових звітів, підвищує довіру інвесторів та полегшує доступ до міжнародних ринків капіталу.

Інформаційні джерела

1. Нестеренко І.В., Чміль Є.Л. Диджиталізація формування облікової інформації про інноваційну діяльність суб'єктів бізнесу. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2023. Вип. 6 (6), С. 56–62. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.6-11> URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/39825>
2. Ковалевська Н.С., Нестеренко І.В., Янчева І.В., Лопін А.О. Диджиталізація обліково-аналітичного забезпечення природоохоронної діяльності підприємства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2021. Вип. 1(33). С. 32-43. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/3302>
3. European Union: Financial reporting differences in Europe. URL: <https://www.mondaq.com/uk/accountingstandards/733360/financial-reporting-differences-in-europe>
4. Kashchena N., Kovalevska N., Nesterenko I. Organizational and methodological aspects of audit of integrated reporting of enterprise. *Zeszyty naukowe wyższej szkoły technicznej w Katowicach*. 2022. No 14. P. 153-164. DOI: 10.54264/0040. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/9999>
5. Демко І. І., Марущак В. В. Порівняння національних та міжнародних стандартів (положень) бухгалтерського обліку щодо оформлення фінансової звітності підприємств. РСЕСГЕП, 15–16 грудня 2022 року. Тернопіль. 2022. С. 87–88. URL : <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/39916>

УДК 338.4:640.43

DOI:10.5281/zenodo.11865434

В.В. Колесник, канд. техн. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

В.В. Полупан, канд. техн. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

А.К. Пенкін, асис. (ДБТУ, Харків)

МЕНЕДЖМЕНТ ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛЮ ЯК ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Під час розвитку людського капіталу, підвищення кваліфікації персоналу для сфери готельної індустрії слід створювати спільноти, до яких мають входити готельні підприємства, роботодавці та навчальні заклади, які здійснюють підготовку у сфері готельного господарства. Функціонування спільноти необхідно класифікувати за такими тенденціями:

1. Погодження діяльності з готельними комплексами:

а) виявлення фахівців у галузі готельного господарства, що найбільше користуються попитом;

б) створення асоціації фахівців готельної промисловості, доступної всім роботодавцям;

в) моніторинг кваліфікації фахівців готельної індустрії з метою їх цілеспрямованої підготовки для здійснення діяльності на керівних постах у готельному бізнесі;

г) надання консультаційних послуг для готельних підприємств з широкого кола питань у галузі кадрового забезпечення.

2. Координація діяльності з навчальними закладами у галузі готельного господарства:

а) перепідготовка та підвищення кваліфікації викладацького складу навчальних закладів готельного профілю;

б) створення та впровадження концепції дистанційного навчання з використанням сучасних комп'ютерних та телекомунікаційних технологій;

в) організація стажувань в іноземних державах для студентів та викладачів з метою обміну досвідом у галузі готельної індустрії та вивчення професійної мови;

г) здійснення практики студентів на базі діючих готельних підприємств;

д) організація взаємодії з керівництвом готельних комплексів з метою працевлаштування студентів.

3. Організація інформаційно-координаційної діяльності:

а) здійснення переатестації співробітників готельної індустрії;

б) сертифікація готельних підприємств, визначення рівня професійної майстерності працівників;

в) обмін досвідом між викладацьким складом навчальних закладів готельного профілю та керівництвом готельних підприємств.

Створення даної спільноти сприятиме підвищенню ефективності підготовки кадрів у галузі готельного бізнесу, що неодмінно позначиться на підвищенні конкурентоспроможності та збільшенні доходів готельних комплексів.

Менеджмент персоналу є одним із суттєвих цілей у процесі діяльності готельного підприємства та виступає головним параметром його ефективної діяльності. Якщо в недалекому минулому особливий інтерес для готельного підприємства представляло запровадження нових технологій, перетворення служб і підрозділів, то зараз головна увага приділяється людському фактору, як найбільш ефективному механізму існування конкурентоспроможного готельного бізнесу.

Істотного значення набуває ступінчасте підвищення кваліфікації готельного персоналу на основі проведення тренінгів з метою підвищення якості оволодіння обов'язками. В даному моменті дуже важливо враховувати наступне: тренінг являє собою засіб модифікації ставлення співробітника до своїх професійних обов'язків, що передбачає підвищення ефективності функціонування готельного підприємства; офіційний зміст тренінгу призначений для покращення професійних навичок та підвищення кваліфікації персоналу; тренінг призначений для вдосконалення можливостей працівників готельного підприємства, що проявляється у підвищенні якості обслуговування.

З метою подальшого вдосконалення тренінгової підготовки керівництву готельного підприємства необхідно ініціювати наступні заходи:

1. Діагностика з розмірності потребам. Ця обставина спрямована на виявлення оцінки виконання працівниками своєї діяльності.

2. Ціновий моніторинг. На цьому кроці слід встановити, які кошти необхідно витратити для підготовки фахівців готельного підприємства до необхідного професійного рівня.

3. Контроль успішності виконання професійних обов'язків. Ця процедура передбачає здатність та можливість виконання працівником діяльності за призначенням.

4. Заснування стандартів професійної діяльності.

5. Ліквідація перешкод.

6. Діяльність. Працівнику має бути запропоновано потрібний час для професійного освоєння своїх обов'язків.

7. Тренінг. Ця процедура передбачається в тому випадку, якщо необхідно підвищити професійні навички працівника готельного підприємства.

8. Реорганізація діяльності. Модифікація трудової діяльності може виявлятися як кращий засіб для поліпшення застосування професійних якостей працівника.

9. Переміщення чи звільнення з роботи. Здійснюється в тому випадку, коли всі інші заходи (ротація, переведення на нижчу посаду) виявилися марними.

10. Формування атмосфери небайдужості працівника до виконання своїх службових обов'язків. У даному випадку необхідні заходи (заохочення, покарання, посилення дисципліни або їх поєднання), які сприятимуть мотивації працівника до трудової діяльності.

З метою зменшення кадрових складностей готельного підприємства необхідне здійснення наступних заходів:

- запровадження інноваційних стратегій менеджменту, ідентичних основним світовим напрямам розвитку готельного господарства;

- моніторинг креативних форм та методів менеджменту персоналу готельного підприємства, координації виробничої діяльності;

- переведення діяльності готельного підприємства на актуальні кадрові методики, координація менеджменту підбору кадрів;

- вдосконалення ступеня професіоналізму працівників готельного підприємства.

Для вирішення наведених завдань на підприємствах готельної індустрії необхідне створення єдиної системи моніторингу можливостей кожного службовця, концепції мотивації та заохочення персоналу, тренінгових центрів і майданчиків, що сприятиме виконанню місії підприємства, підвищенню ефективності його функціонування та підвищенню прибутку.

Таким чином, з метою підвищення менеджменту якості підготовки персоналу готельного підприємства слід вказати на необхідність інтенсифікації практичної спрямованості навчання, можливість тренінгової підготовки, створення нових стандартів освіти, розроблених на основі тісної інтеграції вузівського навчання та практичної спрямованості підготовки безпосередньо в готельних підприємствах, перетворення процесу підготовки кадрів для готельного господарства в систему безперервної професійної освіти, що відповідатиме сучасній парадигмі галузі.

УДК 331.101.262-043.86

DOI:10.5281/zenodo.11865962

В.В. Кривошей, проф. (ТАІ УХТ, Болонья, Італія)

О.Д. Тімченко, доц. (ДБТУ, Харків)

РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В СУЧАСНОМУ СВІТІ

У швидкозмінному та високотехнологічному світі сьогодні людський капітал є найціннішим активом будь-якої організації чи країни. Людський капітал - це сукупність знань, навичок, здібностей, досвіду та мотивації працівників, які забезпечують їхню продуктивність. Інвестиції в розвиток людського капіталу є критично важливими для досягнення стійкого економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності та забезпечення добробуту населення.

Одним з ключових факторів розвитку людського капіталу є освіта. Якісна освіта забезпечує людям необхідні знання та навички для успішної кар'єри та особистісного розвитку. Уряди та приватні організації повинні інвестувати в розбудову ефективної системи освіти, починаючи від раннього дитинства і закінчуючи вищою освітою та безперервним професійним навчанням. Крім традиційної освіти, важливо заохочувати навчання протягом усього життя, щоб працівники могли адаптуватися до змін на ринку праці та опановувати нові компетенції. У 2020 році глобальний рівень грамотності дорослих досяг 86,3%. Однак великі відмінності існують між країнами та регіонами.

Кількість дітей, які не відвідують школу, скоротилася з 98 млн у 2000 році до 59 млн у 2023 році. За даними Світового банку, державні витрати на освіту у світі становлять близько 4,5% світового ВВП. Проте між країнами існують значні відмінності - від менше 2% ВВП в деяких країнах, що розвиваються, до більше 6% у розвинених країнах.

За оцінками ЮНЕСКО, у 2023 році чистий коефіцієнт охоплення початковою освітою у світі становив 89%, середньою освітою - 66%, а вищою освітою - 38%. Однак ці показники значно варіюються між регіонами та країнами [1].

Професійна підготовка та перекваліфікація також відіграють ключову роль у розвитку людського капіталу. Сучасні компанії потребують працівників з актуальними навичками та компетенціями, які відповідають потребам ринку. Інвестиції в навчання персоналу, стажування, менторство та обмін досвідом допоможуть підприємствам залишатися конкурентоспроможними та ефективно адаптуватися до

нових викликів. Інвестування в розвиток професійних навичок та постійне навчання є ключовим для підвищення продуктивності праці.

За даними ОЕСР в середньому 37% робочої сили щороку проходить курси підвищення кваліфікації або перепідготовки [2].

Крім освіти та професійної підготовки, важливо створювати сприятливе середовище для розвитку людського капіталу. Це включає забезпечення гідної оплати праці, безпечних умов праці, можливостей для кар'єрного зростання, а також підтримку здоров'я та добробуту працівників. Задоволені та мотивовані працівники, як правило, є більш продуктивними та креативними, що сприяє зростанню організацій та економіки в цілому. Глобальна середня очікувана тривалість життя зросла з 66,8 років у 2000 році до 72,8 років у 2022 році.

За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ), у 2023 році середня очікувана тривалість життя у світі становила 73,4 роки. Проте цей показник коливається від 61 року в країнах із низьким рівнем доходу до 80 років у країнах із високим рівнем доходу [1].

На глобальному рівні гендерний розрив у трудових доходах становить близько 19%. Жінки та дівчата витрачають удвічі більше часу на неоплачувану роботу, ніж чоловіки. Лише 28,2% депутатів національних парламентів у світі – жінки (станом на 2020 рік). Незважаючи на прогрес, гендерна нерівність у доступі до освіти та можливостей працевлаштування все ще залишається проблемою в багатьох країнах. За даними ООН, глобальний індекс гендерної нерівності у 2022 році становив 0,436 (0 - повна рівність, 1 - повна нерівність).

Ці статистичні дані свідчать про зростаючу увагу до розвитку людського капіталу в різних країнах світу, проте існують значні відмінності між країнами з різним рівнем доходу. Загалом, інвестиції в освіту, професійну підготовку, охорону здоров'я та інновації вважаються ключовими факторами для забезпечення сталого економічного зростання та підвищення добробуту населення.

Отже, в епоху глобалізації та стрімкого технологічного розвитку інвестиції в людський капітал стають все більш важливими для забезпечення конкурентоспроможності країн та їхнього сталого розвитку.

Зростаюча роль людського капіталу в сучасному світі пояснюється кількома ключовими чинниками. По-перше, в епоху знань освічена, кваліфікована та креативна робоча сила стає найціннішим ресурсом для інноваційного розвитку економіки. По-друге, технологічні зміни вимагають постійного навчання та перенавчання працівників, щоб вони могли адаптуватися до нових вимог ринку праці.

По-третє, підвищення мобільності, глобальної конкуренції та відкритості економік зумовлює необхідність розвивати людський капітал для забезпечення конкурентних переваг на світовому ринку.

Незважаючи на досягнутий прогрес, величезні відмінності у розвитку людського капіталу між країнами та регіонами залишаються важливою проблемою, яку необхідно вирішувати за допомогою цілеспрямованих зусиль та інвестицій.

Розвиток людського капіталу є однією з ключових стратегій для забезпечення сталого економічного зростання та підвищення добробуту населення в сучасному світі.

Однак розвиток людського капіталу залишається серйозним викликом для багатьох країн. Нерівний доступ до якісної освіти, недостатнє фінансування систем охорони здоров'я та професійної підготовки, а також «відтік мізків» - тобто еміграція кваліфікованих кадрів - стримують повноцінне використання людського потенціалу.

Вирішення цих проблем вимагає комплексного підходу з боку урядів, роботодавців та громадянського суспільства. Це включає інвестиції в освітні та медичні системи, сприяння безперервному навчанню протягом усього життя, створення сприятливих умов для реалізації людського потенціалу та залучення таланту з-за кордону. Тільки таким чином можна забезпечити сталий розвиток людського капіталу та використати його переваги для процвітання націй і людства в цілому.

У підсумку, розвиток людського капіталу є ключовим пріоритетом для урядів, організацій та суспільства в цілому. Інвестиції в освіту, професійну підготовку, створення сприятливого середовища та підтримку працівників забезпечать стійке економічне зростання, підвищать конкурентоспроможність та добробут населення в сучасному швидкозмінному світі.

Інформаційні джерела

1. <https://www.etf.europa.eu>.
2. <https://www.oecd.org>.

УДК 338.262:332.122

DOI:10.5281/zenodo.11866328

Д.О. Локтіонов, керівник проєктів та програм соціально-інтеграційного відділу (БО «БФ «Карітас Харків», Харків)

РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ БІОЕКОНОМІКИ

Визначення терміну «біоекономіка» в баченні, представленому на Глобальному саміті з біоекономіки 2020 року, акцентує увагу на таких її складових, як відповідні знання, наука, технології та інновації, для забезпечення стійких рішень [1]. В дослідженнях Бунтова І.Ю. [2, с. 94-95] підвищення якості освіти в галузі підготовки фахівців з біотехнологій, а також стимулювання розробок в цій сфері визнано пріоритетними в контексті формування механізму, що здатен забезпечити формування передумов і реалізацію концептів екотехнологій, які ґрунтуються на виробничому використанні потенціалу біологічних процесів. Вище зазначене дозволяє зробити висновок про ключове значення розвитку людського капіталу (в складному взаємозв'язку його мікро-, мезо-, макрорівнів) в слідуванні векторам європейських цінностей в площині спрямування економічного розвитку на траєкторію формування біоекономіки.

Системні взаємозалежності багатоаспектного явища, що включено до категорії «людський капітал», відбито у його розумінні як сукупності сформованих і розвинених унаслідок інвестицій продуктивних здібностей, особистих рис і мотивацій індивідів, що перебувають в їхній власності, використовуються в економічній діяльності, сприяють зростанню продуктивності праці і завдяки цьому впливають на підвищення доходів свого власника та національного доходу [3, с. 16-17]. Методологічною основою теорії людського капіталу є економічний підхід, що засновується на принципах максимізуючої (оптимальної) поведінки індивідів. При цьому, цікавим з точки зору впливу на економічний розвиток в цілому і на формування біоекономіки, зокрема, є соціально-економічний феномен підміни виробництва знань виробництвом симулякрів (порожньої форми) знань, стимулом для якого виступають субоптимальні мотиваційні механізми, а саме попит не на освіту, а на формальні символи знань (дипломи). В даному випадку система освіти реалізує специфічну функцію прирощення соціального престижу як основи підвищення добробуту індивідів. Імітаційні форми і процеси, що мають місце в інституційних механізмах реалізації освітньої та наукової діяльності, призводять до

якісних змін їх змісту і результатів і є передумовою фіктивізації елементів людського капіталу, формуючи його неефективну складову. В інституційному середовищі, що переводить виробництво симулякрів знань в системний процес, реальні компоненти людського капіталу мають тенденцію перетворюватися на фіктивні. Так, працівники системи освіти, які залучені в імітаційні механізми, поступово втрачають свої компетенції в прирощенні знань, натомість набувають навички симулювання навчального та наукового процесів.

Необхідною умовою для реалізації мети формування біоекономіки виступає створення середовища сталого розвитку реальної компоненти людського капіталу в рамках синхронізованих політик і підходів, прикладом яких є практика Європейського Союзу, зокрема, формування Європейського простору вищої освіти, орієнтованого на досягнення чотирьох ключових цілей [4]. Серед них: зміцнення європейського виміру у вищій освіті та дослідженнях; розгляд університетів як провідників європейського способу життя; розширення можливостей університетів як учасників змін у рамках переходу до подвійного зеленого та цифрового світу; зміцнення університетів як рушійної сили глобальної ролі та лідерства Європи.

В якості висновка представимо наш погляд на стратегічний напрямок розвитку людського капіталу в контексті формування біоекономіки, що полягає у визнанні пріоритетності підвищення якості освіти як основи нарощування реальної компоненти людського капіталу; посилення співпраці між ЗВО та бізнесом з акцентом на комерціалізацію фундаментальних та прикладних наукових розробок у сфері біотехнологій.

Інформаційні джерела

1. Bioeconomy is a catalyst for agrifood systems transformation to greater sustainability. FAO. URL: <https://www.fao.org/newsroom/detail/FAO-bioeconomy-agrifood-systems-science-innovation-forum-2023/en>
2. Бунтов І.Ю., Теоретичне забезпечення формування складових механізму державної підтримки розвитку біотехнологій в Україні. Бізнес-Інформ. 2018. №1. С. 93-98.
3. Грішнова О.А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки / О.А. Грішнова. – К: Т-во «Знання», КОО, 2001. – 254 с.
4. Higher education initiatives. European Education Area. URL: <https://education.ec.europa.eu/education-levels/higher-education/about-higher-education>.

УДК 657.37

DOI:10.5281/zenodo.11866726

О.М. Ляпун, здоб. ступ. PhD (ДБТУ, Харків)

О.П. Богомаз, здоб. ступ. PhD (ДБТУ, Харків)

ОБЛІК ТА ESG-ЗВІТУВАННЯ ЗА СТАНДАРТАМИ ЄС: ГАРМОНІЗАЦІЯ І ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ

Інтеграція до Європейського Союзу (ЄС) передбачає адаптацію українських бізнес-практик до високих стандартів прозорості фінансової інформації, підзвітності та відповідальності через запровадження міжнародно визнаних стандартів фінансового, екологічного, соціального та управлінського звітування. Подібний формат звітування засвідчує дотримання бізнесом доктрини сталого розвитку, сприяє зростанню довіри та залученню інвестицій, дозволяє знизити ризики для інвесторів, що є критично важливим для відновлення та економічного зростання в Україні.

ESG-фактор дедалі частіше стає щораз вагомішим: люди вже не хочуть платити гроші «завзятим» забруднювачам довкілля, податковим «ухиляльникам» чи тим, хто буде потворний хмарочос на місці незаконно знесеної пам'ятки архітектури [1]. Дослідження KPMG з питань сталого розвитку та ESG [2] свідчить, що 96% із 250 провідних компаній світу, відомі як G250, звітують про сталий розвиток та ESG. Використання глобальних стандартів, таких як стандарти Глобальної ініціативи зі звітності (GRI), Ради зі стандартів обліку сталого розвитку (SASB) та керівних принципів фондової біржі також збільшилося, причому стандарти GRI використовуються найчастіше. Найвищі показники звітувань з питань сталого розвитку та ESG демонструють країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону (89% компаній регіону), дещо нижчі – компанії з Європи (82% компаній), Америки (74% компаній) та Близького Сходу і Африки (56 % компаній).

Відновлення економічної активності та сталий розвиток вітчизняного бізнесу неможливі без системи показників ESG, що відображають його конкурентоздатність та вплив на довкілля й суспільство. Тому важливим кроком на шляху інтеграції до європейської економічної спільноти є гармонізація обліку відповідно до вимог ЄС. Цей процес передбачає приведення національних стандартів бухгалтерського обліку у відповідність із Міжнародними стандартами фінансової звітності (МСФЗ), що сприяє підвищенню прозорості, порівнянності та надійності фінансової інформації, та врахування принципів екологічної, соціальної та управлінської відповідальності

(ESG), що сприяє порозумінню з інвесторами і забезпечує стійкий розвиток суб'єктів бізнесу та економіки в цілому.

Процес гармонізації обліку відповідно до найкращих міжнародних практик обтяжується низкою викликів, потребує значних зусиль та ресурсів [3], проте, формує переваги, якими визначаються перспективи із впровадження у вітчизняну практику бізнесу стандартів ЄС щодо sustainable-звітності (рис. 1).

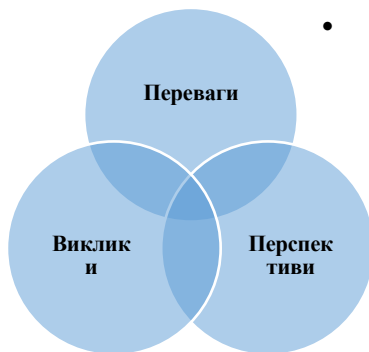


Рисунок 1 - Виклики, переваги та перспективи гармонізації обліку в Україні

Основними проблемами, що уповільнюють імплементацію та адаптацію міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) і ESG-звітуння в Україні є:

- низька обізнаність і компетентність через відсутність необхідних знань та навичок у працівників;
- високі витрати на навчання персоналу, оновлення інформаційних систем та залучення зовнішніх консультантів;
- небажання адаптувати нові методи обліку та звітування;
- недостатня регуляторна підтримка на національному рівні;
- інформаційна нерівність через те що різні сектори економіки мають різні рівні доступу до інформації та ресурсів.

Перспективними заходами з впровадження стандартів звітування ЄС вбачаються:

- підвищення обізнаності про МСФЗ та ESG та навчання серед керівників і працівників підприємств (освітні програми, семінари, тренінги тощо) із забезпеченням доступу до ресурсів та матеріалів, які пояснюють переваги та методи впровадження міжнародних стандартів;

– забезпечення державної фінансової підтримки та стимулів для підприємств, що впроваджують міжнародні стандарти (гранти, субсидії або податкові пільги для покриття витрат на навчання, консультації та технологічні оновлення тощо);

– регуляторна підтримка (розробка та впровадження чітких нормативних актів, які регулюють процес адаптації та впровадження МСФЗ та ESG) і забезпечення належного моніторингу та контролю за дотриманням стандартів;

– співпраця з міжнародними організаціями та експертами для отримання консультацій та підтримки в процесі впровадження стандартів, що дозволить скористатися найкращими світовими практиками та адаптувати їх до українських умов;

– інформаційно-технологічна підтримка (інвестування в сучасні інформаційні системи, що забезпечують автоматизацію процесів обліку та звітування), що дозволить знизити витрати часу та ресурсів на підготовку звітності, підвищуючи її точність та своєчасність;

– спеціальні програми підтримки для малих та середніх підприємств, що включають консалтингові послуги, навчання та доступ до фінансових ресурсів;

– поширення інформації про успішні приклади впровадження МСФЗ та ESG серед українських компаній, що може стимулювати інших підприємців до впровадження стандартів, показуючи реальні вигоди та результати.

Отже, провадження міжнародних стандартів звітування є важливим кроком на шляху до інтеграції України в світову економіку та підвищення її конкурентоспроможності. Це потребує комплексного підходу та спільних зусиль держави, бізнесу та міжнародних партнерів.

Інформаційні джерела

1. Обов'язковість ESG-звітування в Україні: точка зору. URL: <https://ibuhgalter.net/material/1265/25459>

2. 96% опитаних компаній в усьому світі готують звітність про сталий розвиток та ESG. URL: <https://kpmg.com/ua/uk/home/media/press-releases/2022/11/devyanosto-shist-vidsotkiv-kompaniy-svitu-zvituyut-pro-stalyy-rozvytok.html>

3. Kashchena N., Nesterenko I. Accounting engineering and digital tools for modeling the accounting and analytical support system for environmental safety management. Роль та значення бухгалтерського обліку, оподаткування, аналізу та контролю у підтримці інноваційно-інвестиційної активності підприємств для створення продукції з високим ступенем доданої вартості та сприяння післявоєнному відновленню економіки України : кол. моногр.; за заг. ред. Т. С. Гайдучок. Житомир : Поліський національний університет, 2024. С. 173-192. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/46953>

УДК 657.15

DOI:10.5281/zenodo.11867499

А.В. Максименко, канд. екон. наук., проф. (КНЕУ ім. В. Гетьмана, Київ)

ЕКАУТИНГ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

Екаутинг, безсумнівно, є однією з найважливіших складових успішного ведення бізнесу та інструментом управління фінансами компанії. Він забезпечує прозорість фінансової діяльності, підтримує прийняття управлінських рішень, сприяє дотриманню законодавчих вимог та ефективному управлінню фінансовими потоками. Завдяки цьому екаутинг є ключовим фактором стабільності та успішного розвитку бізнесу, забезпечуючи його конкурентоспроможність та інвестиційну привабливість.

Водночас, сучасний світ бізнесу швидко змінюється, і методи, які ще недавно вважалися передовими, зараз можуть виглядати застарілими. Однією з таких сфер є бухгалтерський облік. Традиційний облік, який раніше був основою фінансового управління, сьогодні більше не відповідає вимогам сучасності. Це пов'язано з кількома ключовими аспектами.

Традиційний облік базується на ручній обробці даних та використанні паперових документів. Цей процес є повільним і трудомістким, що значно ускладнює швидке прийняття управлінських рішень. В умовах глобальної конкуренції і швидких змін на ринку компанії потребують оперативної інформації для прийняття стратегічних рішень. Використання сучасних технологій, зокрема штучного інтелекту, дозволяє автоматизувати процеси обліку, що значно підвищує їх швидкість і ефективність.

Сучасне програмне забезпечення на основі штучного інтелекту (ШІ) здатне автоматизувати більшість бухгалтерських операцій. Відсутність необхідності у ручному введенні даних знижує ризик помилок і дозволяє бухгалтерам зосередитися на більш стратегічних задачах. Такі системи можуть швидко обробляти великі обсяги даних, генерувати звіти та аналізувати фінансові показники в режимі реального часу.

Звіти показують, що ШІ на ринку фінансів і бухгалтерського обліку досягне 1,56 мільярда доларів США. у 2024 році та 6,62 млрд. у 2029 році. Впровадження ШІ в бухгалтерські процеси знаменує собою шлях від традиційної обробки чисел до майбутнього, в якому машини та люди гармоніюють. Це великий стрибок у перспективних операціях.

Суть революції ІІІ у фінансах і бухгалтерському обліку полягає в його потенціалі змінити роль бухгалтерів та дає їм змогу підвищити стратегічне значення до безпрецедентного рівня. Технологічне симбіотичне партнерство між людським досвідом і машинним інтелектом змінює екаунтинг на краще [1].

З розвитком технологій роль бухгалтера значно змінилася. Відтепер бухгалтери не просто виконують рутинні обчислення та облік, а займаються аналізом даних, надаючи цінні управлінські поради. Вони перетворилися на фінансових аналітиків і консультантів, які допомагають приймати стратегічні рішення. Завдяки автоматизації рутинних процесів, бухгалтери можуть зосередитися на розвитку компанії, плануванні бюджету та управлінні ризиками.

Сучасні економічні умови вимагають від компаній гнучкості та швидкої реакції на зміни ринку. Традиційний облік, який передбачає довгі процеси обробки даних і звітності, не може задовольнити ці вимоги. Автоматизовані системи обліку дозволяють отримувати актуальну інформацію в режимі реального часу, що є критично важливим для прийняття своєчасних рішень і адаптації до ринкових умов.

Автоматизовані системи обліку забезпечують вищий рівень прозорості та відповідності нормативним вимогам. Вони можуть автоматично оновлюватися відповідно до змін у законодавстві та стандартах обліку, що знижує ризики помилок і недотримання вимог. Це особливо важливо в умовах зростаючої регуляції фінансових ринків і підвищення вимог до звітності.

Використання сучасних технологій у бухгалтерському обліку дозволяє значно зменшити витрати на ведення обліку. Автоматизація рутинних процесів знижує потребу в великій кількості персоналу, а також зменшує витрати на паперову документацію та архівування. Крім того, знижується кількість помилок, що може призводити до фінансових витрат і штрафів.

Оскільки COVID прискорив перехід до роботи онлайн, все більше і більше компаній запровадили політику віддаленої роботи. Оскільки офісні витрати суттєво зменшилися, багато бухгалтерів витрачали менше часу на процедури обробки та могли зосередити свої навички в іншому аспекті бізнесу. Однак віддалена робота також призвела до значних нових проблем із безпекою, особливо для бухгалтерів. Зокрема, бухгалтерам важко підтвердити свою власну особу під час віддаленого входу в системи або забезпечити безпеку своїх пристроїв у публічних мережах.

Twitter став жертвою такого типу шахрайства, коли шість його співробітників надіслали свої логін і пароль шахраям, видаючи себе за IT-відділ компанії. Це призвело до того, що шахраї отримували доступ до екаунтів співробітників і здійснили переказ криптовалютних шахрайств з облікових записів відомих знаменитостей, що принесло приблизно 180 000 доларів США [2].

З появою хмарних систем багато організацій працюють з цифровими базами даних. Фактично, 94% бухгалтерів зараз використовують хмарні системи. Але це ставить їхню інформацію під загрозу зламу, злому та витоку. Наприклад, у січні 2023 року канадську бухгалтерську фірму під назвою Freshbooks повідомили про те, що вона оприлюднила інформацію про свою AWS в Інтернеті. Це означало, що конфіденційна інформація понад 30 мільйонів користувачів із 160 країн була доступна будь-якому хакеру, який знав, де шукати [2]. Тому бухгалтери приділяють велику увагу безпеці даних, клієнтів і третіх сторін від зовнішнього доступу.

Також окремою характеристикою сучасності є підвищена точність аналітики та прогнозування. Бухгалтери відзначають покращення в роботі аналітичних програм. Наприклад, такі програми тепер використовуються не лише для розрахунку витрат і доходів, але й для сегментації клієнтів, надання персоналізованих рекомендацій та отримання інших цінних відомостей. Аналітичне та звітне програмне забезпечення є цінним активом для бухгалтерських груп, допомагаючи їм швидше та ефективніше виконувати свої завдання.

Підсумовуючи слід зазначити, що традиційний облік більше не відповідає вимогам сучасного бізнес-середовища. Автоматизація, використання штучного інтелекту та сучасних технологій дозволяють значно підвищити ефективність, швидкість і точність бухгалтерських процесів. Бухгалтери отримують можливість зосередитися на стратегічних завданнях, що підвищує їхню цінність для компанії. Таким чином, перехід до сучасних методів екаунтингу є необхідним кроком для забезпечення конкурентоспроможності та успішного розвитку бізнесу в умовах динамічного ринку.

Інформаційні джерела

1. Accounting trends to watch out for in 2024. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/accounting-trends-watch-out-2024-febi-ai-2s10f>
2. The 8 main accounting trends for 2024. URL: <https://trustpair.com/blog/accounting-trends-2024/>

УДК 005.32:331.101.3(477)"364"

DOI:10.5281/zenodo.11867986

М.М. Марченко, канд. екон. наук, доц. (ДУИКТ, Київ)

М.А. Ніколаєва, здоб. ОС «бакалавр» (ДУИКТ, Київ)

ВАЖЛИВІСТЬ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ДЕФЦИТУ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ В УКРАЇНІ

Сучасні підходи до мотивації формувалися під впливом основних теоретичних напрямів. До них відносять змістовні теорії мотивації, що аналізують базові споживи людини, які досліджують споживи працюючих в організаціях людей, спираючись на них, менеджери одержують можливість глибше усвідомити нестатки підлеглих. Увага прихильників процесуальних теорій мотивації сконцентрована на вивченні розумових процесів, що впливають на поведінку людини, поясненні того, якими способами працівники прагнуть до винагороди. [1].

Матеріальна мотивація – універсальний тип мотивації, при якій співробітники, незалежно від займаного положення, більше націлені на грошові заохочення, а також можливість розпоряджатися отриманими коштами. [2]

Нематеріальна мотивація – це надання негрошових стимулів та умов, які спонукають працівників досягати максимальної продуктивності та створюють зацікавленість в досягненні результату. У руках умілого керівника нематеріальна мотивація може стати потужним інструментом управління персоналом та покращення фінансових результатів роботи компанії. [3]

Переселення та мобілізація українців негативно впливають на ринок праці, спричиняючи дефіцит кадрів. Близько третини працездатного населення залишає країну. Це призвело до зменшення логопедичних фахівців, ускладнюючи доступ дітей до допомоги. На українському ринку праці спостерігається зростання зарплати через дефіцит кваліфікованих кадрів. Було розміщено понад 100 тисяч вакансій, особливо в сферах обслуговування та виробництва. Заробітні доходи зростають у різних галузях, особливо в містах Київ, Львів, Одеса та Дніпро [4, 5, 6, 7, 8].

Для подолання дефіциту кадрів та залучення нових працівників необхідно покращувати нематеріальну мотивацію. Це включає створення комфортних умов праці, можливості для професійного зростання, чіткі кар'єрні перспективи, можливості для самовираження

та особистого розвитку, а також сприятливу корпоративну культуру. Такі заходи стимулюють продуктивність працівників і залучають нові таланти..

На основі проведеного нами дослідження [9] серед 50 респондентів, ми отримали наступні результати, серед опитуваних: 58% - чоловіки, 42% - жінки, 80% у віці 18-24 років, 74% - студенти, 10% - бакалаври. Досвід: 72% - менше року, 18% - 1-5 років, решта - понад 5 років. Проблеми з працевлаштуванням помітили 76,9% з 2022 року: 10% - дуже негативні, 64% - середньо негативні, 2% - дуже позитивні. Мотивація на роботі важлива для 50%, а 12% вважають поточні стратегії мотивації неефективними.

Більшість (84%) підтримує систему бонусів, підвищення зарплати – 80%, гнучкі графіки – 82%. Тренінги вважають лише 38%, баланс роботи та особистого життя – 60%. 88% вбачають в зарплаті основний стимул, 74% – кар'єрний ріст. Робочий комфорт важливий для 60%. Рекомендації: розширення програми бонусів (54%), покращення навчання (44%), підвищення зарплати (72%) та гнучкі графіки (70%), вказано на рис. 1.

Які конкретні ініціативи чи зміни ви б рекомендували для поліпшення мотивації працівників на вашому робочому місці? (Оберіть один або декілька варіантів)

50 відповідей

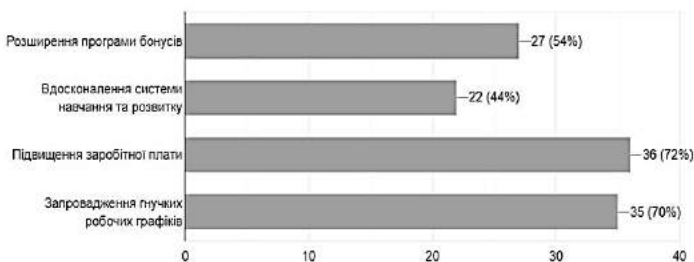


Рисунок 1 – Варіанти поліпшення мотивації працівників

Опитування показало, що нематеріальна мотивація впливає на задоволення праці та продуктивність. Важливі аспекти цієї мотивації включають кар'єрний ріст, пошану, робочий комфорт та баланс між роботою та особистим життям. Це підкреслює необхідність для роботодавців створювати політику, спрямовану на покращення цих аспектів для залучення та утримання талановитих кадрів.

У військових конфліктах із дефіцитом трудових ресурсів нематеріальна мотивація важлива. Деякі стратегії цієї мотивації

включають створення робочої атмосфери, підвищення рівня визнання, розвиток кар'єрних можливостей, забезпечення комфорту на роботі та соціальну підтримку. Ці заходи спрямовані на підтримку працівників у важкий час та стимулювання їхньої продуктивності.

Досліджено нематеріальну мотивацію працівників на українських підприємствах в умовах дефіциту трудових ресурсів. З'ясовано, що ця мотивація грає ключову роль у залученні та утриманні персоналу в умовах надзвичайних обставин. Основні фактори включають комфортні умови праці, кар'єрні можливості, визнання та баланс між роботою та особистим життям. Ефективні стратегії управління включають розширення програм бонусів, навчання та розвиток, підвищення зарплати та гнучкі графіки. Ці заходи допоможуть покращити мотивацію та продуктивність працівників в умовах складного ринку праці.

Інформаційні джерела

1. Котова Ю. І., Перевозчикова Н. О. Особливості мотивації персоналу на сучасних підприємствах. Ефективна економіка. 2013. № 4.

2. Гончар В. В., Обухова Н. О. Методи нематеріального мотивування персоналу на промислових підприємствах у кризовий період. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2015. Т. 3, № 2 (12). С. 133–137. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/74515356.pdf>

3. Афанасенко Р. Мотивація працівників: нематеріальні методи. Gbc-time. URL: <https://ua.gbc-time.com/article/10-idei-yak-motivuvati-pracivnikiv-nematerialno66123.html>

4. Внутрішньо переміщені особи. *Міністерство соціальної політики України*. URL: <https://www.msp.gov.ua/timeline/Vnutrishno-peremishcheni-osobi.html>

5. Кількість біженців з України зі статусом тимчасового захисту в ЄС сягнула майже 4,07 млн на кінець червня. *Інтерфакс-Україна*. URL: <https://interfax.com.ua/news/general/928514.html>

6. В Україні виник гострий дефіцит фахівців та зросли заробітні плати. *Today.ua*. URL: <https://top.today.ua/v-ukrayini-vinik-gostrij-defitsit-fahivtsiv-ta-zrosli-zarobitni-plati/>

7. Від безробіття до кадрового голоду: ринок праці на Волині 2024. *ВолиньPost*. URL: <https://www.volynpost.com/articles/2491-vid-bezrobittia-do-kadrovogo-golodu-rynok-praci-na-volyni-2024>

8. Ринок праці під час війни. На кожному другому підприємстві почалися проблеми з кадрами. *НВ Бізнес*. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/markets/biznes-v-ukrajini-zrostayuchi-trudnoshchi-z-poshukom-pracivnikiv-u-2024-roci-50412005.html>

9. Ніколаєва М. А. Мотивація працівників. *Google Docs*. URL: <https://forms.gle/ov4Etsb6MiYCBrrr9>

УДК 334.788.2

DOI:10.5281/zenodo.11868340

В.Є. Мещеряков, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

А.В. Свідерська, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)

ЛІДЕРСТВО ЖІНОК В БІЗНЕСІ: ПОДОЛАННЯ БАР'ЄРІВ ТА ПОСИЛЕННЯ ЗМІН

У сучасному динамічному світі роль жінок у всіх сферах життя неухильно зростає. Жіноче лідерство стає все більш актуальним питанням, адже жінки-лідери роблять значний внесок у розвиток бізнесу, суспільства та економіки в цілому. Дослідження показують, що компанії з гендерно диверсифікованим керівництвом мають кращі фінансові показники, більш інклюзивну корпоративну культуру та вищий рівень інновацій. Присутність жінок на керівних посадах сприяє впровадженню різноманітних перспектив у процесі прийняття рішень, що позитивно впливає на загальний розвиток організацій [1].

Незважаючи на зростаючу роль жінок у суспільстві, гендерна нерівність у бізнесі все ще залишається серйозною проблемою, особливо в Україні. Жінки стикаються з численними бар'єрами на шляху до лідерських позицій, що гальмує їхній потенціал та обмежує можливості для розвитку. Соціокультурні стереотипи та упередження, такі як недооцінка жінок, стереотипи про їхню роль у сім'ї та сексуалізація, значно ускладнюють кар'єрний шлях жінок. Крім того, жінки часто мають обмежений доступ до якісної освіти та професійних тренінгів, що ще більше зменшує їхні шанси на успіх у бізнесі. Відсутність підтримки з боку сім'ї також додає перешкод [2, 3].

Нерівні можливості в мережах ділових контактів та менторства також є серйозною проблемою. Жінки часто мають обмежений доступ до мереж ділових контактів та недостатність менторів-жінок, що ускладнює розвиток їхньої кар'єри. Обмежені ресурси та підтримка для стартапів, що засновані жінками, теж є значною перешкодою. Жінки-підприємці стикаються з труднощами в отриманні фінансування, негативним ставленням до них з боку деяких інвесторів [1].

Жінок часто недооцінюють, вважаючи їх менш компетентними та рішучими, ніж чоловіків. Це проявляється як у відмові надавати жінкам керівні посади, так і в меншій заробітній платі за ту ж саму роботу. Дослідження McKinsey&Company показало, що компанії з гендерно диверсифікованим керівництвом на 25% ймовірніше мають вище за середнє значення прибутку. Інше дослідження Catalyst

з'ясувало, що компанії, де 30% або більше керівних посад займають жінки, мають на 1% вище рентабельність капіталу [1, 3, 4, 5].

До прикладів програм, що сприяють розвитку жінок, відносяться "Жінки в STEM", яка допомагає дівчатам та жінкам отримати доступ до освіти та професійного розвитку в галузях науки, технологій, інженерії та математики; та "Мама-бізнес", яка надає жінкам, що мають дітей, підтримку та ресурси для розвитку їхнього бізнесу, "Менторство для жінок-підприємців", програма яка допомагає жінкам-підприємцям отримати доступ до менторів, що сприяє їх професійному розвитку та успіху [4, 5].

Впровадження політик гендерної рівності на державному та корпоративному рівнях є необхідним для забезпечення рівних можливостей для жінок у працевлаштуванні, просуванні по службі та участі в прийнятті рішень. Такі політики повинні забороняти дискримінацію за гендерною ознакою та сприяти створенню сприятливого середовища для жінок-лідерок.

Активізація жіночих бізнес-асоціацій та мереж підтримки також відіграє важливу роль у подоланні гендерних бар'єрів. Такі організації допомагають жінкам налагодити зв'язки з іншими жінками-підприємцями, отримати доступ до ресурсів та інформації. Прикладами успішних жіночих організацій є Українська асоціація жінок-підприємців та Жіноча ділова мережа.

Приклади успішних жінок-лідерок у бізнесі, що змінили уявлення про жіноче лідерство, є важливими маркерами прогресу у цій сфері. Яна Кузьмич, CEO однієї з найбільших ІТ-компаній України, стала першою жінкою, яка очолила одну з найбільших ІТ-компаній країни. Під її керівництвом компанія значно розширила свою діяльність, вийшла на нові ринки та стала одним з лідерів галузі.

Іншим яскравим прикладом є Юлія Сахненко, засновниця та CEO однієї з найуспішніших стартап-компаній України. Вона заснувала стартап, що розробив інноваційний продукт, який став затребуваним на світовому ринку. Її компанія привернула значні інвестиції та стала одним з найуспішніших стартапів в Україні.

Олена Ковпак, президент Української асоціації жінок-підприємців, активно бореться за дотримання прав жінок-підприємців та їхнє рівне становище. Вона організовує конференції, форуми та інші заходи, які допомагають жінкам розвивати свій бізнес. Жіноче лідерство, як правило, позитивно впливає як на корпоративну культуру, зробивши компанії більш інклюзивними, справедливими, інноваційними та ефективними, так і на суспільство в цілому, зробивши його більш справедливим, стійким та процвітаючим [4, 5].

Україна має значний потенціал для розвитку жіночого підприємництва завдяки великому внутрішньому ринку, зростаючій, не зважаючи на тривалу війну, економіці, високому рівню освіти жінок та сильному духу підприємництва. Молодь все більше визнає важливість жіночого лідерства та підтримує рівні можливості для жінок у бізнесі. Багато молодих жінок прагнуть досягти успіху в бізнесі та використовують можливості для розвитку своїх стартапів та компаній. Українські жінки вже демонструють успішну реалізацію свого високого потенціалу в бізнесі.

Таким чином, подолання гендерної нерівності та підтримка жіночого лідерства є важливими завданнями для розвитку сучасного бізнесу в Україні. Створення умов для рівноправного доступу до ресурсів, освіти та мережевих можливостей сприятиме розвитку бізнесу та економіки в цілому, а також забезпечить більш інклюзивне та справедливе суспільство.

Інформаційні джерела

1. Мавін, Ш., Елліотт, К., Стіл, В., та Гранді, Дж.. Жінки в керівництві: дослідження та феміністичне майбутнє: нові програми для феміністичних досліджень та впливу на гендерну рівність. *Gender&Management*. 2023. № 22(2), С. 177-191. URL: https://www.researchgate.net/publication/357334163_httpswwwemeraldcominsightcontentdoi101108JSMA-03-2021-0071fullhtml.
2. Рудман, М. К., Енгель, А. Г., Карсон, Дж. С. Вплив стереотипів та упереджень на кар'єрні можливості жінок. *Psychological Science*. 2010. № 21(4). С. 519-528. URL: <https://doi.org/10.1037/a0031757>.
3. Гонсалес-Бехарано, К. Вплив гендерної диверсифікації керівництва на фінансову ефективність компаній. *Journal of Business Research*. 2017. № 81. С. 1-11. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.05.005>.
4. Петренко, О., Іванова, І., & Петрова, Н. Жіноче підприємство в Україні: виклики та можливості. *Міжнародний журнал гендерного підприємництва*. 2018. № 9(2). С. 128-140. DOI: 10.1515/ijge-2018-0027.
5. Федорова, О., Завгородня, А., Савчук, Т. Успішні українські жінки-підприємниці: історії успіху та уроки. *Вісник Національного університету "Київський національний університет імені Тараса Шевченка". Серія: Економіка*. 2021. № 66(4), С. 128-135. DOI: 10.20431/2311-6222-2021-4-6-128-135.

УДК 378.014.6:378.091.12.011.3-051

DOI:10.5281/zenodo.11868592

В.О. Микитюк, канд. пед. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

С.О. Микитюк, канд. пед. наук, доц. (ХНПУ ім. Г.С. Сковороди, Харків)

ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ ЧЕРЕЗ ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК ВИКЛАДАЦЬКОГО СКЛАДУ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

Аналіз сучасного стану освітнього середовища, технологічні зрушення, глобальні виклики, швидко змінюючийся характер знань, інновацій та технологій у науці, поява нових форм міжнародного співробітництва ставлять перед вищою освітою нові вимоги підвищення якості і необхідність постійного професійного розвитку викладачів.

Серед науковців, які зверталися до питань професійного навчання і розвитку працівників, педагогів можна виділити Авшенюк Н.М., Бельмаз Я.М. Петренко Л.М., Яремко Г.В. та інші.

Значимо, що підвищення якості освіти залежить від багатьох чинників, проте професійний розвиток викладацького складу вважається необхідним компонентом цього процесу.

Зважаючи на глобальний характер освіти та міжнародну співпрацю важливим є професійний розвиток викладачів відповідно до міжнародних норм. Так, у “Стандартах і рекомендаціях щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти”[1] закріплено, що викладач відіграє визначальну роль у формуванні навчального досвіду студентів через набуття ними знань, компетентностей і навичок. Заклади вищої освіти несуть відповідальність за якість свого персоналу та створення сприятливого середовища, яке надає можливості для професійного розвитку викладачів, підтримує наукову діяльність для зміцнення зв'язків між освітою та дослідженнями, а також сприяє інноваціям у методиках викладання та використанні новітніх технологій.

Відповідно до українського законодавства професійний розвиток науково-педагогічних працівників у вищій освіті охоплює безперервний процес засвоєння нових знань та вдосконалення раніше отриманих професійних та загальних навичок. Цей процес може реалізовуватися через формальну та неформальну освіту і відбуватися шляхом здобуття наступного ступеня вищої освіти, підвищення кваліфікації, стажування та самоосвіти [2].

Для закладів вищої освіти підвищення кваліфікації є обов'язковою складовою системи забезпечення якості освіти. Науково-педагогічним працівникам рекомендується самостійно обирати форми, види, напрями та суб'єктів підвищення кваліфікації. Як правило, підвищення кваліфікації здійснюється за програмою підвищення кваліфікації, у тому числі шляхом участі у семінарах, практикумах, тренінгах, вебінарах, майстер-класах тощо [3].

Напрями підвищення кваліфікації є доволі різноманітними і включають розвиток професійних компетентностей (фахових методик, технологій); використання інформаційно-комунікативних та цифрових технологій в освітньому процесі; мовленнєва, цифрова, комунікаційна, інклюзивна, емоційно-етична компетентність тощо.

Окремі види діяльності науково-педагогічних працівників можуть бути визнані як підвищення кваліфікації, серед них: участь у програмах академічної мобільності, наукове стажування, самоосвіта, здобуття наукового ступеня вищої освіти.

Крім того, стажування є основним складником професійного розвитку науково-педагогічних працівників і означає набуття особою практичного досвіду виконання завдань та обов'язків у певній професійній діяльності або галузі знань.

Отже, підвищення якості освіти через професійний розвиток викладацького складу у вищих навчальних закладах є ключовим аспектом сучасної освітньої системи. За результатами досліджень встановлено, що якісний професійний розвиток викладацького складу безпосередньо впливає на якість навчання і досягнення студентів, є вирішальним у формуванні їх прогресивних поглядів і активної громадянської позиції. Таким чином, інвестування у професійний розвиток викладачів є стратегічним кроком для досягнення високих стандартів освіти та забезпечення успіху студентів у сучасному світі.

Інформаційні джерела:

1. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). URL: https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/standards-and-guidelines_for_qa_in_the_ehea_2015.pdf

2. Про затвердження Методичних рекомендацій для професійного розвитку науково-педагогічних працівників. Наказ Міністерства освіти і науки України № 1341 від 30.10. 2020. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/uploads/public/5fc/64d/010/5fc64d0104d10159740993.pdf>

3. Деякі питання підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників. Постанова КМУ від 21.08.2019 № 800 <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/800-2019-%D0%BF#Text>

УДК 339,9:330,3:664(477)

DOI:10.5281/zenodo.11868872

О.В. Михайлова, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

ВИКЛИКИ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ ЩОДО УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Дотримання певних правил і стандартів у виробництві продукції є однією з основ політики ЄС. На жаль, ця сфера є однією з найбільш вразливих для українського бізнесу, зокрема для сфери харчових виробництв.

Одним з перших кроків у процесі підвищення конкурентоспроможності є сертифікація підприємств з метою приведення виробництва у відповідність до європейських стандартів. Хоча сертифікація не гарантує конкурентоспроможності підприємств, але без неї складно працювати з європейськими партнерами та відстоювати ринкові позиції. Наразі, не усі компанії вважають за потрібне або вважають це дорогим «задоволенням» сертифікувати свою діяльність.

Позитивним ефектом від використання стандартів ЄС українськими підприємствами харчової промисловості має стати:

- забезпечення безпеки продукції, що ними виготовляється та виконання вимог законодавства; З впровадженням стандартів якості організація забезпечує безпеку пропонованого ними продовольства та виконання вимог законодавства.

- підвищення якості продукції, яка виробляється, що збільшує об'єми її реалізації – і це один з найкращих способів залучити нових та зберегти постійних клієнтів;

- спрощення експорту продукції до внутрішнього ринку Європейського Союзу, де багато товарів повинні відповідати специфікаціям, встановленим Директивами ЄС;

- зміцнення репутації до бізнесу компанії та довіру клієнтів до продуктів, що виготовляються через велику перевагу над конкурентами, які не застосовують стандарти;

- застосування стандартів, таких як збереження навколишнього середовища сприятиме доброму імені в суспільстві і т.ін.

Європейські стандарти для бізнесу можна умовно поділити на три групи. До першої групи належать стандарти захисту прав споживачів та безпеки продукції. Друга стосується екологічних стандартів, а третя - вимог щодо захисту працівників та безпечних умов праці.

Спираючись на виділені напрями щодо приведення українських стандартів у відповідність до стандартів ЄС, узагальнено їх характеристики з точки зору реалізації можливих заходів для підприємств українських виробників (табл. 1)

Таблиця 1 – Основні заходи щодо забезпечення відповідності стандартам ЄС українських підприємств харчової промисловості

Характеристика заходу	Результат
У напрямі «Забезпечення продовольчої безпеки»	
Впровадження системи менеджменту безпечності харчової продукції, заснованої на принципах НАССР: 1. Дотримання законних вимог до контролю якості харчових продуктів; 2. Можливість вживати додаткових заходів підвищення контролю в ланцюзі постачання продовольства від виробничого процесу до реалізації	Забезпечення безпеки пропонованих покупцям продовольчих товарів і виконання вимог законодавства
У напрямі «Захист довкілля»	
Впровадження системи екологічного менеджменту: 1. Дотримання зобов'язань щодо захисту довкілля зі свого боку; 2. Поширення контролю на всі стадії життєвого циклу товару або послуги, під час яких здійснюється вплив на навколишнє середовище	Попередження та вжиття своєчасних заходів для зниження екологічних ризиків, забезпечення виконання вимог законодавства
У напрямі «Захист здоров'я та безпеки співробітників на роботі»	
Впровадження системи менеджменту, охорони здоров'я та безпеки праці, що відповідає вимогам OHSAS: 1. Дотримання зобов'язань з охорони здоров'я та безпеки праці зі свого боку; 2. Співпраця та розвиток бізнесу з компаніями з перевіреним рівнем безпеки умов праці.	Усунення або мінімізація ризиків у сфері охорони здоров'я та безпеки праці для персоналу та інших зацікавлених сторін, пов'язаними з діяльністю підприємства, а також забезпечення виконання вимог законодавства.

Таким чином, розглянувши переваги щодо використання стандартів ЄС, виділено першорядні заходи та їх характеристики щодо приведення українських стандартів у відповідність до стандартів ЄС підприємств сфери харчових виробництв. Реалізація цих заходів має стати пріоритетом особливостей діяльності українських виробників в умовах євроінтеграції країни.

УДК 332.146.2:330.341

DOI:10.5281/zenodo.11869020

І.В. Міняйленко, канд. екон. наук, доц. (НУПП, Полтава)

О. Щур-Дунець, здоб. ОС «бакалавр» (НУПП, Полтава)

О. Щур-Дунець, здоб. ОС «бакалавр» (НУПП, Полтава)

СТРАТЕГІЯ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Метою політики регіонального розвитку ЄС є зменшення відмінностей між європейськими регіонами та посилення економічної, соціальної та територіальної єдності. Інвестиції для сприяння економічному зростанню та створенню робочих місць, а також посиленню територіальної співпраці є головними цілями ЄС. Європейська політика просторового розвитку спрямована на сталий, інтелектуальний та інклюзивний розвиток, враховуючи критерії розумних спеціалізацій, і п'ять амбітних цілей мають бути досягнуті найближчим часом: зайнятість, інновації, освіта, соціальна інтеграція та клімат/енергетика. Усі ці аспекти підтримуються розробкою національних і регіональних науково-інноваційних стратегій для розумної спеціалізації (RIS3), спрямованих на більш цілеспрямовану консолідацію та підтримку структурних фондів, а також стратегічний і комплексний підхід до сприяння розумному зростанню та розповсюдженню економічних знань у Європі.

Національні/регіональні стратегії досліджень та інновацій для розумної спеціалізації (стратегії RIS3) – це комплексні програми економічних трансформацій, розроблені з урахуванням місцевих умов.

Особливості дослідницьких та інноваційних стратегій включають:

- зосередження політичної підтримки та інвестицій на ключових національних/регіональних пріоритетах, викликах і потребах у розвитку, заснованому на знаннях;

- освіта, заснована на сильних сторонах, конкурентних перевагах і потенціалі досконалості кожної країни/регіону;

- підтримка технологічних і практичних інновацій і зосередження на сприянні інвестиціям приватного сектора;

- залучення зацікавлених учасників та сприяння інноваціям та експерименту;

- обґрунтування та комплексні системи моніторингу та оцінки.

Основні принципи стратегії просторового розвитку можна умовно поділити на сферу політичного управління та економічний сектор на основі розумної спеціалізації (табл. 1)

Таблиця 1 – Основні принципи стратегій просторового розвитку на засадах розумних спеціалізацій у сфері політики та економіки*

Принципи у сфері політики	Принципи у сфері економіки
– Зробити інновації пріоритетом для всіх регіонів	– Розробити та впровадити стратегії економічної трансформації
– Сконцентрувати інвестиції і створити синергії (між європейською політикою та фінансуванням, доповненням до національних і регіональних програм і приватними інвестиціями)	– Відповідати на економічні та суспільні виклики
– Покращити інноваційний процес	– Зробити регіони більш помітними та привабливими для міжнародних інвесторів
– Покращити управління та посилити залучення зацікавлених сторін	– Поліпшити регіональні внутрішні і зовнішні зв'язки (потрійні чи чотириспіральні мережі, трикутники знань, співпраця між університетами та підприємствами, кластери тощо)
	– Накопичити «критичну масу» ресурсів
	– Уникнути дублювання та копіювання в стратегіях розвитку
	– Сприяти розповсюдженню знань та технологічній диверсифікації

Джерело: складено авторами самостійно

Відповідно регламенту ЄС № 1301/2013 Європейського парламенту і Ради від 17 грудня 2013 року «Стратегія розумної спеціалізації» (S3), Стратегія «Спритна спеціалізація» (S3) відносяться до національних або регіональних інноваційних стратегій, які встановлюють пріоритети для створення конкурентних переваг шляхом розвитку сильних сторін досліджень та інновацій і узгодження їх з

потребами бізнесу, щоб послідовно реагувати на нові можливості та зміни ринку, уникаючи при цьому дублювання та фрагментації зусиль.

Стратегія розумної спеціалізації може приймати форму національної чи регіональної стратегії досліджень та інновацій (R&I) або бути інтегрованою з нею. Стратегії розумної спеціалізації розробляються шляхом залучення підприємницьких структур національних або регіональних органів управління та зацікавлених сторін, таких як університети та інші вищі навчальні заклади, промисловість і соціальні партнери.

Наявність національної або регіональної стратегії інтелектуальної спеціалізації, що відповідає національній програмі реформ, спрямованої на залучення приватних витрат на дослідження та інновації, яка відповідає характеристикам ефективних національних або регіональних систем досліджень та інновацій, є необхідною умовою для ефективного та дієвого досягнення визначеної цілі для всіх інвестиційних пріоритетів у сфері просторового розвитку, зокрема посилення наукових досліджень, технологічного розвитку та інновацій.

Відповідно до попередніх вимог RIS3, країни-члени ЄС та регіони повинні мати відповідну спеціалізацію, яка базується на SWOT-аналізі або аналогічному аналізі для зосередження ресурсів на обмеженій кількості пріоритетів досліджень та інновацій; визначає заходи сприяння інвестиціям у приватні дослідження, технології та розробки (ДТР); включає систему моніторингу та моніторингу; припускає, що держава-член ЄС ухвалила рамковий документ, який визначає бюджетні ресурси, доступні для досліджень та інновацій; держава-член ЄС прийняла багаторічний бюджет і визначення інвестиційних пріоритетів з посиланням на пріоритети ЄС (Європейський стратегічний форум з дослідницької інфраструктури - ESFRI).

Переваги впровадження розумних спеціалізацій включають зміцнення взаємодії між підприємствами, між бізнесом і дослідницькою галуззю, між дослідницькими установами і суспільством і між бізнесом і суспільством, збільшення інвестицій і залучення нових «компаній-лідерів» в регіони, підтримку спеціалістів високого рівня, які переходять до призначених інноваційних центрів.

Європейська методологія запровадження смарт-спеціалізацій дозволяє визначити пріоритетні галузі та перспективні інноваційні проекти на основі взаємодії трьох векторів: підприємницьких здібностей, науки і технологій та ринків.

УДК 658.3:331.1

DOI:10.5281/zenodo.11869259

А.В. Непиталюк, д-р філософії з економіки (*ВТЕІ ДТЕУ, Вінниця*)

Є.В. Пивовар, здоб. ОС «бакалавр» (*ВТЕІ ДТЕУ, Вінниця*)

ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ ЗГІДНО З ЄВРОПЕЙСЬКИМИ СТАНДАРТАМИ ТА ВИМОГАМИ

Україна активно прагне вступу до Європейського Союзу (далі – ЄС), і цей процес вже розпочався: 14 грудня 2023 року Європейська рада прийняла рішення про відкриття переговорів з Україною щодо вступу [1]. Наразі Україна має підготувати досить багато переговорників для узгодження важливих питань у ході офіційних переговорів про вступ. Це включає: приведення законодавства України у відповідність до норм ЄС, реформування економіки та державного управління, зокрема сфери соціального забезпечення, адже прогрес у виконанні рекомендацій Європейської Комісії прискорить цей процес [2].

До підвищення кваліфікації працівників соціальної сфери Європейський Союз висуває наступні вимоги:

- регулярне підвищення кваліфікації посадовців місцевого самоврядування, включаючи працівників соціальної сфери, не рідше одного разу на три роки [3]. Постійна перепідготовка дозволяє їм підтримувати свої знання та навички на актуальному рівні відповідно до європейських стандартів;

- формування знань та навичок у сфері соціальних прав, закріплених в Європейській соціальній хартії (ЄСХ) [4]. Працівники соціальної сфери повинні бути обізнані у своїх соціальних правах та вміти їх захищати, щоб забезпечувати дотримання цих прав у своїй роботі та належно надавати соціальні послуги клієнтам;

- розвиток компетенцій у сфері європейської інтеграції, включаючи знання інституційної структури ЄС, процедур прийняття рішень, стандартів ЄС, міжнародних соціальних стандартів у сфері соціальних послуг і системи соціальних гарантій [3]. Ці навички дозволять працівникам соціальної сфери краще розуміти європейський контекст та адаптувати свою роботу до нього, а також підвищити мобільність робочої сили (сфери соціального забезпечення) між Україною та країнами ЄС;

- формування навичок оцінювання ефективності застосування фінансових механізмів соціальної політики на національному та наднаціональному рівнях [3]. Представлений аспект є важливим для

ефективного управління ресурсами та забезпечення стійкого розвитку соціальної сфери;

- інтеграція гендерного підходу в систему управління та адміністрування соціальної сфери, адже це відповідає принципам недискримінації та рівності, які є ключовими для ЄС [3].

У контексті підвищення кваліфікації персоналу соціальної сфери згідно з європейськими стандартами та вимогами, існують різні онлайн-ресурси та курси, які можуть допомогти працівникам соціальної сфери розвинути свої навички та знання.

Один з таких ресурсів – це «Платформи соціальної освіти», який був аносований Міністерством соціальної політики України за підтримки проекту SURGe [5]. Цей онлайн-майdanчик призначений для навчання представників органів місцевого самоврядування, надавачів соціальних послуг та інших зацікавлених фахівців. Курси на цій платформі охоплюють теми, такі як організація надання соціальних послуг екстрено (кризово), ключові відмінності між наданням соціальних послуг екстрено (кризово) та веденням випадку, та інші [5].

Інший ресурс – це курс «Перехід до стандартів Європейського Союзу в ключових сферах публічного управління та адміністрування» [3], який фокусується на підвищенні кваліфікації посадових осіб місцевого самоврядування. Він охоплює широкий спектр тем, включаючи: інституційну структуру ЄС, процедури прийняття рішень, стандарти Європейського Союзу, міжнародні соціальні стандарти, систему соціальних гарантій ЄС та інші [3]. Курс надає можливість розвинути такі навички, як:

– визначення стратегічних пріоритетів соціальної політики в умовах інтеграції України;

– оцінювання політичних, соціальних та економічних наслідків варіантів рішень; планування заходів з реалізації стратегії стійкого розвитку на рівні публічної (місцевої) служби;

– підготовка обґрунтованих управлінських рішень з урахуванням питань євроінтеграції та рівності між чоловіками та жінками;

– організація та проведення ділових бесід, переговорів, презентацій, нарад, брифінгів.

Для освітян також існує курс «Основні права та принципи особистості відповідно до статей Європейської соціальної хартії» [6], мета якого полягає у формуванні в учасників освітнього процесу знань про свої соціальні права, які закріплені в ЄСХ [4], та первісних навичок захисту своїх прав.

Крім того, існує безкоштовний онлайн-курс «Підвищення кваліфікації для освітян» [6], який фокусується на донесенні інформації

про зміст соціальних прав, закріплених в Європейській соціальній хартії [4], формуванні базових навичок захисту своїх прав та залучення до правозахисної діяльності, спрямованої на імплементацію європейських соціальних стандартів в Україні.

Загалом, вимоги ЄС до підвищення кваліфікації працівників соціальної сфери спрямовані на забезпечення високого рівня знань та навичок, необхідних для надання якісних соціальних послуг відповідно до європейських стандартів та принципів.

Усі ці ресурси та курси можуть допомогти працівникам соціальної сфери розвинути свої навички та знання, щоб відповідати європейським стандартам та вимогам. Це, в свою чергу, може допомогти Україні розвивати свою соціальну сферу відповідно до європейських стандартів, що може призвести до покращення якості соціальних послуг та загальної рівня життя населення.

Інформаційні джерела

1. Шлях України до вступу до ЄС. *Солідарність ЄС з Україною*. URL: https://eu-solidarity-ukraine.ec.europa.eu/ukraines-path-towards-eu-accession_uk
2. Directorate-General for Neighbourhood and Enlargement Negotiations. *Ukraine Report 2023. European Neighbourhood Policy and Enlargement Negotiations (DG NEAR)*. URL: https://neighbourhood-enlargement.ec.europa.eu/ukraine-report-2023_en#files.
3. Перехід до стандартів Європейського Союзу в ключових сферах публічного управління та адміністрування. *Портал управління знаннями*. URL: <https://pdp.nacs.gov.ua/courses/perekhid-do-standartiv-yevropeiskoho-soiuzu-v-kliuchovykh-sferakh-publichnoho-upravlinnia-ta-administruvannia>
4. Європейська соціальна хартія (переглянута) : Хартія Ради Європи від 03.05.1996 р. : станом на 7 верес. 2016 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_062#Text
5. Де підвищити фаховий рівень працівникам соціальної сфери: перелік корисних онлайн-ресурсів - socsprava.com.ua. URL: <https://socsprava.com.ua/de-pidvyshhyty-fahovyj-riven-praczivnykam-soczfery-perelik-korysnyh-onlajn-resursiv/>
6. Запрошуємо реєструватись на онлайн-курс "Європейська соціальна хартія (переглянута) та практика Європейського комітету з соціальних прав". *Pravokator*. URL: <https://pravokator.club/news/zaprosuyemo-reyestruvatys-na-onlajn-kurs-yevropejska-sotsialna-hartiya-pereglyanuta-ta-praktyka-yevropejskogo-komitetu-z-sotsialnyh-prav/>

УДК 005.6/.93/.32/008

DOI:10.5281/zenodo.11869416

А.В. Нестеренко, здоб. ступ. PhD (ПДАУ, Полтава)

ФОРМУВАННЯ ЛІДЕРСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

У розвинених європейських країнах (Естонія, Литва, Німеччина, Франція, Швейцарія) традиційно на рівні урядових програм соціально-гуманітарним питанням, проблематиці підвищення професійних кваліфікацій та формуванню людського капіталу приділяють значну увагу, плюс виділяють для реалізації цих програм достатнє фінансування. Щодо України – попри існування окремих програм, більшість постулатів щодо людського капіталу як ключового фактору, необхідного для успішної національної економіки, чи як зазначено у Доктрині збалансованого розвитку «Україна 2030» («головного чиннику і каталізатору її економічного зростання» [1]), досі залишаються декларативними. Водночас питанням формуванню лідерських якостей у працівників вітчизняних підприємств приділено недостатньо уваги з боку науковців та практиків.

Аналіз Індексу реформ в Україні, що відстежує регуляторні зміни у шести напрямках, засвідчив, що у II кварталі 2023 року найбільше позитивних зрушень відбулося у тому числі за напрямом «людський капітал» [2]. Досить позитивний сигнал, зважаючи, що питання розвитку людського капіталу та формування у цьому контексті лідерського потенціалу на підприємствах, на нашу думку, сьогодні займають важливе місце у виробленні державної політики, формуванні цілісної економічної стратегії та соціально-економічного й політичного бачення розвитку країни.

Україна, починаючи з 2004 року, тримається у ТОП-100 країн за Індексом людського розвитку, що підкреслює той факт, що освічені й висококваліфіковані люди є нашою перевагою, що дещо спрощує процес формування успішних лідерів як в бізнесі, так і в державних структурах. І хоча результати даного Індексу у 2023 року (0,734 і 100 місце серед 193 країн [3]) досить низькі для України, у порівнянні з іншими періодами, цьому є об'єктивне пояснення. Переконані, затяжна фаза повномасштабної війни російської федерації на території України, негативно позначилась і на людському розвитку, а також загострює старі й створює нові проблеми, викликані мобілізацією значної частини населення (переважно чоловіків), загибель і каліцтво цивільних і

військовослужбовців, зниження народжуваності, виїзд великої кількості родин за кордон (біженці), потік внутрішньо переміщених осіб (ВПО) та поява нових проблем, у тому числі щодо релокації бізнесу.

Безперечно, можна сподіватися, що демографічна та в цілому ситуація в країні стабілізується по закінченню війни. Проте загальна концепція (до війни і після) залишиться незмінною – виключно держава визначає вектор людського розвитку і створює сприятливі умови для підвищення якості життя, благополуччя людей, розвитку підприємництва, їх управлінських та інших здібностей, для навчання, перекваліфікації, продукування ідей та іновацій, проведення наукових досліджень і, безумовно, формуванню лідерів всередині країни.

Американський економіст Едвард Денісон (Edward F. Denison), досліджуючи питання людського капіталу та теорію виробничої функції, до параметрів, що впливають на «розвиток технічного прогресу відносив зокрема рівень освіти, кваліфікацію персоналу, кращу організацію праці» [4, с. 43]. Інший відомий економіст, Нобелівський лауреат Саймон Кузнець (Simon S. Kuznets), «науково-технічний прогрес пов'язував з наявністю/відсутністю в країні «накопиченого людського капіталу», та вимірював через певні методики його роль «в економічному зростанні» (за [5]).

Базуючись на наукових розробках передових науковців, робимо висновок, що не тільки циклічність економіки й турбулентність процесів (внутрішніх і зовнішніх) впливає на етапи «зльотів» і «падінь» окремих підприємств і навіть цілих галузей. Саме на людей (їх потреби, уподобання) має орієнтуватися держава і бізнес, втілюючи державницькі/підприємницькі ідеї, програми і проекти в життя. І саме довкола людей, їх праці та продукції, створеної (виробленої) ними, мають будуватися сучасні процеси всередині держави та бізнесу.

До позитивних тенденцій останніх років можна віднести те, що чимало підприємств в Україні питанням управління персоналом, підвищенню їх кваліфікації, а також формуванню лідерських та інших важливих навичок приділяють все більше уваги, включаючи до видаткового фонду підприємства – статтю витрат «на навчання», «підвищення кваліфікації», «профільні (спеціалізовані) курси» тощо. Однак, сучасні виклики змушують малий та середній бізнес скорочувати витрати, змінювати концепцію «розвитку», переходячи до елементарного «виживання», й питання навчання та підвищення кваліфікації персоналу стає «не на часі».

Втім, навіть в складні часи наголошуємо, що бізнесу надзвичайно важко управляти підприємством не лише без фінансових ресурсів (обсяг яких завжди обмежений), але й без людських (професійних,

кваліфікованих, вмотивованих працювати на результат). Необхідною умовою життєздатності будь-якої компанії є не просто певна кількість персоналу на підприємстві, але й наявність лідерів, які здатні долати сучасні виклики.

Також важливо розуміти, що керівник підприємства, хоч і щодня несе на собі тягар втрат і відчуває весь спектр можливих бізнес-ризиків, може не бути лідером в силу різних причин. Тож, може не мати підтримки своїх дій та/чи управлінських рішень з боку колективу. Оскільки про помилковість певних дій чи рішень вказує тільки результат, плюс на реалізацію певних задумів відволікаються ресурси, які могли бути більш ефективно витрачені чи дали б більший ефект для розвитку бізнесу, то помилковість дії керівника (менеджера) без відповідної підтримки колективу, сприймається дуже гостро працівниками і може мати фатальні наслідки.

Тому найліпше для керівника бути для свого колективу справжнім лідером, формувати в собі лідерські якості або ж довкола себе гуртувати ефективних менеджерів, які можуть і готові стати лідерами, здатними брати на себе відповідальність приймати непопулярні рішення, оптимізувати бізнес-процеси, нестандартно мислити, надихати і згуртовувати довкола спільної бізнес-ідеї колектив (команду), аналізувати свої помилки і робити висновки. Втім, це далеко не повний перелік того, що очікується від сучасного лідера на підприємстві. Зважаючи на це керівники підприємств мають моніторити появу таких формальних/неформальних лідерів всередині колективу та допомагати їм отримувати потрібні знання і навички, розуміючи що інвестиція у розвиток людського капіталу і формування лідерських якостей обов'язково окупиться в майбутньому.

Інформаційні джерела:

1. Доктрина збалансованого розвитку «Україна 2030». URL: <https://kpi.ua/2017-05-25>
2. Індекс реформ – 2023. Дослідження ГО «Вокс України» (VoxUkraine). URL: <https://voxukraine.org/za-techiyeyu-reformy-u-drugomu-kvartali-2023-roku>
3. Human development report 2023-24. UNDP. URL: <https://hdr.undp.org>
4. Основи економічної теорії : підручник / О.О. Мамалуй, О.А. Гриценко, Л.В. Гриценко та ін.; За заг. ред. О.О. Мамалуй. К.: Юрінком Інтер. 2005. 480 с.
5. Simon S. Kuznets. URL: <https://www.nap.edu/read/10169/chapter/13>

УДК 339.13:620.3 (5)

DOI:10.5281/zenodo.11869472

Д.В. Нікітін, здоб. ступ. PhD (КНЕУ ім. В. Гетьмана, Київ)

НАНОТЕХНОЛОГІЧНИЙ СЕГМЕНТ ВІТЧИЗНЯНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Протягом останніх десятиліть відбувся швидкий розвиток інновацій у галузі нанотехнологій, що породжує питання про їх широке застосування у всіх секторах економіки країн світу. Це стає актуальним в контексті вирішення найзагостреніших проблем глобального соціально-економічного розвитку. Характеризуючи домінуючі тенденції розвитку нанотехнологічного сегменту вітчизняної інноваційної системи левова частка українських компанії і фірм, котрі розробляють чи впроваджують нанотехнологічні розробки, за класифікацією видів економічної діяльності репрезентують, головним чином, заклади вищої освіти та інституції, що спеціалізуються на проведенні ДіР у галузі знань «Природничі науки». Ні для кого не секрет, що зазначені організації за своїм спеціалізаційним профілем у жоден спосіб не орієнтуються на серійне виробництво наноматеріалів, а відтак – далеко не поодинокими випадками у нашій державі є виробництво тих же самих нанопорошків лише дослідними партіями як для власних науково-дослідних потреб організацій, так і за спеціальними замовленнями. Як результат – за останні два десятиліття в Україні сформувався самопідтримувальний механізм виробництва нанотехнологічної продукції виключно для промислового проміжного (а не кінцевого) споживання, за якого, як відомо, відсутні належні організаційно-економічні та інституційні рушії для впровадження нанотехнологічних розробок у масове виробництво.

Натомість частка компаній переробної промисловості України, котрі розробляють чи впроваджують нанотехнологічні розробки, ще у довоєнний період не перевищувала 10-20% загальної кількості вітчизняних нанотехнологічних підприємств [1, с. 198], а сьогодні є значно меншою. З урахуванням же того факту, що нанотехнологічна діяльність не належить до основного виду економічних операцій зазначених компаній, робимо висновок щодо практичної відсутності у нашій державі спеціалізованих підприємств нанотехнологічного профілю. Разом з тим, заради справедливості зазначимо, що в останні двадцять років у нашій державі все ж таки сформувався сегмент вітчизняних компаній, котрі використовують у виробничих процесах нанотехнології або ж включають до складу виготовленої продукції

наноматеріали без акцентування уваги на їх належності до нанотехнологічної індустрії [1, с. 199].

Не слід скидати з рахунків і певну несистемність діючих ще у довоєнний період загальнодержавних програм з розвитку нанотехнологічного сегменту вітчизняних ДіР. Йдеться насамперед про їх тимчасовість і короткостроковість, а також значний брак у таких програмах комплементарності та пролонгуючого характеру з чітким визначенням стратегічних цілей та напрямів розвитку вітчизняної нанонауки і нанотехнологій. Окрім того, зазначені програми у більшості випадків не були зорієнтовані на розв'язання конкретних проблем інноваційного розвитку промислового сектору, оскільки ще на етапі затвердження тематики нанотехнологічних програм і проєктів суттєво бракувало чіткого розуміння потреб майбутніх споживачів нанотоварів. Саме цим обумовлений той факт, що жодною загальнодержавною програмою з розвитку нанотехнологічного сегменту вітчизняних ДіР не було передбачено комерціалізацію результатів нанотехнологічних досліджень та їх доведення до етапу кінцевого споживання. Відтак – у рамках реалізації зазначених програм не забезпечувалась необхідна конвергенція вітчизняної науки та промислового комплексу, вони мали значною мірою формальний характер та не супроводжувались виведенням на ринок вітчизняних нанотехнологічних розробок [2, с. 136].

Доцільно зауважити, що станом на сьогоднішній день Україна все ще перебуває на початкових етапах стандартизації нанопродукції та сертифікації діяльності компаній даного сектору [3, с. 117] з причин украй низького рівня конвергенції вітчизняної та міжнародної систем стандартизації у сфері нанотехнологій та ринку нанопродукції. Так, ще у рамках реалізації Державної цільової науково-технічної програми «Нанотехнології і наноматеріали» у 2010-2014 рр. було передбачено заснування в Україні Центру стандартизації нанопорошків і консолідованих наноматеріалів; реалізацію комплексу заходів щодо стандартизації, метрології та сертифікації нанопродукції; створення і координацію діяльності Технічного комітету стандартизації «Нанотехнології»; а також набуття нашою державою членства у технічному комітеті ISO/TC 229 Nanotechnologies.

Однак, тепер, як впливає з вітчизняної господарської практики, темпи розбудови в Україні національної системи стандартизації і сертифікації нанотехнологій далеко не обнадійливі, особливо з урахуванням глобального прогресу у цій царині. Це суттєво обмежує ресурсні можливості нашої держави щодо виробництва та ринкової комерціалізації нанопродукції різного цільового призначення,

оптимізації структури її асортиментної лінійки та подальшого удосконалення вітчизняних методик тестування нанотоварів в якості принципово нових об'єктів ринкового обміну.

Важливо зазначити, що нанотехнологічний сегмент науково-технічної діяльності в Україні вже багато років поспіль потерпає від численних системних проблем. Більшість з них хоча й існували ще задовго до повномасштабної військової агресії РФ проти нашої держави, однак саме російсько-українська війна багаторазово їх загострила, породивши одночасно якісно нові виклики і загрози. Деяко конкретизуємо їх.

Суттєвими гальмуючими чинниками розвитку нанотехнологічного сегмента національної інноваційної системи є також збереження значних бюрократичних і фінансових обмежень в інтернаціоналізації українських ДіР, котрі не тільки відштовхують від даного процесу міжнародних партнерів, але й значною мірою демотивують вітчизняні науково-дослідні установи щодо розбудови міжнародного інноваційного співробітництва та залучення до нього іноземних інфраструктурних потужностей.

Узагальнюючи вищенаведене, слід відзначити, що попри перетворення в останні десятиліття нанотехнологій у провідний науково-технологічний пріоритет глобального інноваційного поступу, дотепер нанопродукція все ще не набула значного поширення в Україні. У контексті успішного подолання науково-технічного відставання нашої держави у сфері розвитку нанотехнологічного сегменту вітчизняного інноваційного ринку та нарощування масштабів виробництва нових наноматеріалів значною мірою актуалізується питання як щодо забезпечення глибокої конвергенції фундаментальних і прикладних ДіР нанотехнологічного профілю, так й організаційно-економічної та інституційної підготовки вітчизняних суб'єктів господарювання до впровадження нанотехнологій у своїх виробничій діяльності.

Інформаційні джерела

1. Наноіндустрія як найважливіша умова становлення інноваційного суспільства в Україні.
2. Ткачова О. А. Науково-технологічний потенціал розвитку вітчизняної сфери нанотехнологій. Економіка і прогнозування. 2015. № 2. С. 134-147.
3. Малишев В. В., Габ А. І., Пацаловська Л. Ю., Воденнікова О. С., Сергієнко Т. І., Воденнікова Л. В. Сучасний стан та прогнози розвитку українського ринку нанорозмірних порошоків. Металургія. 2019. Випуск 2 (42). С. 117-121.

УДК 331.3

DOI:10.5281/zenodo.11869578

В.М. Петров, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

Я.Ф. Навроцький, канд. екон. наук, старш. наук. спів. (ННЦ «ІАЕ», Київ)

НОРМУВАННЯ ПРАЦІ В УМОВАХ РИНКОВОГО МЕХАНІЗМУ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Становлення ринкового механізму господарювання в економіці України викликає закономірні зміни у системі соціально-трудоких відносин, обумовлює необхідність дослідження взаємозв'язку організації, нормування і оплати праці з ринком праці та їх державним регулюванням. В умовах ринкової економіки значно зростає значимість відповідності результатів праці та матеріального заохочення, що вимагає достатньо високого рівня її організації і нормування. З появою підприємств різних форм власності і господарювання, розширенням їх прав підвищилась залежність заробітної плати і результатів діяльності від ефективного використання усіх факторів виробництва [1, 2].

Нормування праці являє собою специфічний вид управлінської діяльності, який передбачає встановлення необхідних витрат та результатів праці, а також співвідношень між чисельністю працюючих та кількістю використовуваних ними засобів праці. Під нормуванням праці розуміють розробку і впровадження прогресивних, технічно обґрунтованих норм праці на здійснення певних операцій (виготовлення одиниць продукції) або виконання певного обсягу робіт у найбільш раціональних організаційно-технічних умовах.

Норма праці повинна бути такою, щоб працівник залишався працездатним якомога довше. Тому при нормуванні необхідно обов'язково враховувати фізіологічні особливості організму людини, її втомлюваність.

Досвід країн з розвинутою ринковою економікою свідчить, що високу ефективність виробництва можна забезпечити тільки на основі нормативного регулювання тривалості робочого часу, розширення сфери нормування праці, визначення рівня напруженості норм праці, раціональної її організації. Крім того, дуже важливо усвідомлювати, що норми праці покликані забезпечувати соціальний захист найманих працівників, сприяти збереженню їх нормальної працездатності протягом усієї трудової діяльності.

Організація, нормування і оплата праці є найважливішою складовою організації виробництва та одночасно є самостійною сферою управлінської та економічної роботи на підприємстві, мають особливий

зміст, сферу дослідження та методи вивчення трудової діяльності людини.

Ефективне ведення виробництва в умовах становлення ринкового механізму господарювання неможливе без упорядкування системи норм і нормативів на кожному підприємстві, без приведення їх у відповідність з конкретними умовами виробничої діяльності і досягнутим рівнем продуктивності праці [3].

Нормування дозволяє ефективно здійснювати заходи щодо поділу і кооперації праці, розстановки робочої сили, організування та обслуговування робочих місць та окремих виробничих процесів. Науково обґрунтовані норми сприяють правильній диференціації оплати праці, дозволяють планувати будь-який вид виробничої діяльності на підприємстві. Вони є основою нормальної прогнозованого ведення операційної діяльності, виробничого планування (перспективного, річного виробничо-фінансового, госпрозрахункових завдань для окремих виробничих підрозділів, технологічних карт та стандартів виробництва), а також вихідними матеріалами для розробки і впровадження управлінських рішень.

Технічно обґрунтовані норми праці забезпечують її нормальну інтенсивність, що дозволяє тривалий час зберігати високу працездатність, продуктивність та інтенсивність праці протягом робочої зміни. Це досягається застосуванням таких норм і нормативів, при розробленні яких враховується допустимий психофізіологічний рівень інтенсивності праці, що характеризується оптимальним рівнем функціонування організму, який сприймається працівником, або найбільш зручний, що не вимагає спеціальних зусиль, напруги для прискорення або уповільнення рухів.

Науково обґрунтовані норми дозволяють правильно розрахувати кількість і склад засобів виробництва для виконання певного виробничого процесу, доцільніше розставляти за робочими місцями машини та працівників, домагатися відповідної пропорційності, злагодженості та безперервності у роботі, особливо при виконанні складних технологічних процесів. На основі норм праці обчислюють планову трудомісткість виготовлення окремих елементів та продукції у цілому, а потім – необхідну чисельність працівників та фонд їхньої заробітної плати. Крім того, за ними визначаються календарно-планові нормативи: розміри партій, тривалість виробничого циклу, обсяги незавершеного виробництва.

Обґрунтовані норми праці забезпечують дотримання принципу соціальної рівноваги й дають можливість оплачувати працю на

підприємствах усіх форм власності і господарювання залежно від кількості та якості виконаної роботи або обсягу виробленої продукції.

У сучасних умовах господарювання значно підвищується роль нормування праці внаслідок дії наступних чинників. По-перше, під впливом науково-технічного прогресу зростає рівень впровадження інформаційних технологій, механізації та автоматизації виробничих процесів, що, у свою чергу, підвищує вимоги до якості та удосконалення нормування праці. По-друге, сучасне виробництво дозволяє більш точно визначати та встановлювати робочий час на виконання кожної операції, що дає можливість забезпечувати економію живої праці та зростання її продуктивності на основі технічно обґрунтованих норм.

Впровадження науково обґрунтованих норм праці дозволяє виявляти та реалізовувати резерви підвищення ефективності як у сфері виробництва, так і у сфері управління. За розрахунками фахівців значні втрати робочого часу управлінського персоналу є наслідком відсутності нормування праці та нечіткого розподілу функціональних обов'язків між підрозділами. Непродуктивні витрати та втрати часу інженерно-технічних працівників за різними джерелами становлять на деяких підприємствах до 20 % загального фонду робочого часу, результатом чого є зростання тривалості їхнього робочого дня.

Протягом розбудови ринкового механізму ведення господарської діяльності, поширення різних форм власності і господарювання зростає соціальна спрямованість нормування праці. У процесі нормування вирішуються завдання розвитку інтелектуальних та професійних здібностей працівників, найбільш повного використання їх трудового і творчого потенціалу, а також збереження здоров'я та досягнення задоволеності працею.

Інформаційні джерела

1. Петров В.М. Організація праці на підприємствах у ринкових умовах господарювання. *Забезпечення сталого розвитку фінансової системи України в умовах глобалізації: матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції* (м. Кам'янець-Подільський, 12 квітня 2024 р.). Кам'янець-Подільський : ЗВО «ПДУ», 2024. С. 148-151.

2. Уманська В.Г., Школьна В.Д. Особливості організації, контролю та нормування праці в умовах ринкової економіки. *Вісник Мукачівського державного університету. Серія Економіка і суспільство*. Мукачеве : МДУ, 2017. № 9. С. 935-939.

3. Кодекс законів про працю. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08?find=1&text=нормування+#w1_1

УДК 658.3.07:338.47

DOI:10.5281/zenodo.11869824

І.О. Романащенко, здоб. ступ. PhD (ДБТУ, Харків)

ЗАКОРДОННІ МОДЕЛІ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ: ДОЦІЛЬНІСТЬ ЇХ ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ

Керівники у всьому світі дійшли висновку, що мотивація – це один з найбільш важливих компонентів управління трудовим потенціалом. На підприємствах, у країнах з розвинутою економікою, саме в ній вбачають потенціал до підвищення конкурентоспроможності на ринку.

Актуальність даної теми полягає в необхідності формування власних підходів для управління мотивацією персоналу на українських підприємствах з метою підвищення ефективності використання трудового потенціалу.

Метою дослідження є аналіз моделей мотивації праці провідних країн та визначення можливості імплементації закордонного досвіду в механізми мотивації праці вітчизняних підприємств.

Найбільш відомими та успішними є шість моделей мотивації праці: японська, американська, французька, англійська, німецька та шведська. Ці моделі були створені для розв'язання проблем підвищення продуктивності праці на підприємстві з урахуванням факторів та тенденцій розвитку характерних кожній з країн.

Японська модель мотивації праці вважається найбільш гнучкою в усьому світі. В японській моделі мотивації персоналу можна виділити декілька особливо характерних відмінностей як матеріального, так і нематеріального стимулювання котрі відрізняють її від моделей інших країн світу:

- 1) суттєва залежність розміру заробітної плати від стажу роботи працівника на підприємстві;
- 2) прив'язка заробітку менеджерів до результатів діяльності відділу або компанії в цілому;
- 3) залучення працівників до виробничих гуртків, які можуть займатися різними питаннями [1].

Наступною, з найбільш ефективних моделей мотивації праці, вважають американську. Її основна суть полягає в орієнтації на досягнення особистого успіху кожної людини. Загалом, методи мотивації, що існують в американській моделі можна поділити на дві групи: ті, що підтримують престиж компанії (підбір та збереження найбільш кваліфікованих кадрів), та ті, котрі стимулюють

продуктивність та якість праці (підтримка високого рівня результативності). Аналізуючи американську модель можна сказати, що для неї характерне переважання використання методів матеріального стимулювання над нематеріальними [2].

Головною особливістю французької моделі є включення стратегічного планування в ринковий механізм. У французькій моделі оплати праці дуже чітко простежуються дві основні тенденції: індивідуалізація оплати праці та індексація оплати праці залежно від вартості життя. Перевагами французької моделі мотивації праці є те, що вона має сильний стимуляційний вплив на ефективність і якість праці, служить фактором саморегулювання розміру фонду оплати праці. У разі виникнення тимчасових труднощів фонд оплати праці автоматично скорочується, як наслідок підприємство безболісно реагує на кон'юнктурні зміни [3].

Головною особливістю мотивації праці у Великобританії є використання партнерських відносин між підприємцями та працівниками. Тобто працівники беруть активну участь у прибутках та власності компанії і приймають рішення, що впливають на подальший її розвиток. За англійською моделлю є дві модифікації оплати праці: грошова та акціонерна, відповідно до якої, можлива часткова оплата у вигляді акцій. Але також передбачається можливість використання системи заробітної плати, що повністю залежить від прибутку підприємства [3].

Центральним об'єктом в німецькій моделі мотивації виступає людина з її інтересами, як вільна особистість, що усвідомлює відповідальність перед суспільством. У Німеччині рівень оплати праці визначається не індивідуально власниками підприємства, а за участі ще двох сторін: держави та профспілки. При цьому загальний рівень заробітної плати залежить від таких факторів як: продуктивність, складність праці, кваліфікація працівника. За виконання понаднормових завдань та прояв креативного способу мислення під час виконання роботи також передбачено виплату бонусів. Модель мотивації праці в Німеччині є яскравим прикладом поєднання соціальних гарантій та забезпечення економічного добробуту [4].

Шведська модель мотивації праці характеризується сильною соціальною політикою, котра спрямована на подолання майнової нерівності між усіма верствами населення. Досягається ця мета шляхом перерозподілу національного доходу для забезпечення незахищених верств населення. Починаючи з середини минулого століття шведські профспілки почали практикувати так звану солідарну заробітну плату. Вона ґрунтується на принципах рівної оплати праці за однаковий обсяг

виконаної роботи та зменшення розриву між мінімальною та максимальною заробітною платою [3].

Отже, кожна із вище зазначених моделей мотивації праці має ряд особливостей, що сформувалися в кожній країні з плином часу під дією різних чинників. В Україні не вдасться застосувати повною мірою ту чи іншу модель. Так, наприклад через особливості формування українського менталітету неможливо повністю впровадити японську модель, тому що переважна більшість людей не зможуть працювати все життя на одному робочому місці. Застосування шведської та німецької моделей також не підходить – через нестабільну економічну і соціальну ситуацію та їх низький рівень розвитку. Запровадити британський досвід також не вдасться тому, що переважна більшість підприємств не є акціонерними товариствами, а та частка, що могла б застосовувати подібну практику в кризових умовах економіки не принеситимуть бажаного прибутку акціонерам.

Аналізуючи вищезазначені аспекти, найкращим варіантом для вітчизняних підприємств є часткове використання американської та французької моделей. Вони передбачають винагороду за активну підприємницьку діяльність, високу якість та продуктивність праці, кількість освоєних професій та заохочують індивідуальну систему оплати праці. Для обох моделей характерне використання матеріальних стимулів прямого впливу, які простіше імплементувати на вітчизняних підприємствах.

Інформаційні джерела

1. Андрійчук Ю. А. Зарубіжний досвід мотивації персоналу в розрізі японської моделі. Видавництво Львівської політехніки. 2016. № 846. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/34828/1/3_11-15.pdf

2. Фіщук Н. Ю., Василюха Н. В. Можливості адаптації міжнародних мотиваційних систем в національній практиці підприємств. Збірник наукових праць ВНАУ. 2012. № 4 (70). URL: <http://econjournal.vsau.org/files/pdfa/809.pdf>

3. Стрельбіцький П.А., Стрельбіцька О.П. Світовий досвід мотивації праці та можливість його впровадження в Україні. Вісник Кам'янець-Подільського національного університету ім. Івана Огієнка. Економічні науки. 2015. №10. URL: <https://bit.ly/3fqkZKF>

4. Воржакова, Ю. П. Аналіз зарубіжних моделей мотивації праці та доцільність їх впровадження на українських підприємствах. Актуальні проблеми економіки та управління : збірник наукових праць молодих вчених. 2021. Вип. 15.

УДК 347.77

DOI:10.5281/zenodo.11870040

Н.П. Сафонік, канд. екон. наук (НАУ, Київ)
Д.М. Терещенко, здоб. ОС «магістр» (НАУ, Київ)

РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ ЩОДО ЗАХИСТУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ У СПІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ З ЄВРОПЕЙСЬКИМИ ПАРТНЕРАМИ

Актуальність захисту інтелектуальної власності для українських компаній, що створюють спільні підприємства з європейськими партнерами, обумовлена зростаючим значенням інновацій та технологій у сучасній економіці. Питання захисту інтелектуальної власності набуває особливої ваги в контексті інтеграції України до європейського економічного простору [1, 2].

Захист інтелектуальної власності є критично важливим для успішної інтеграції українських компаній у європейський ринок та забезпечення їх конкурентоспроможності. Ефективне управління інтелектуальною власністю сприяє інноваційному розвитку та економічному зростанню, що є особливо актуальним у контексті євроінтеграційних процесів України [1, 2].

Тема дослідження також має велике значення з точки зору забезпечення правової захищеності українських підприємців у міжнародних бізнес-відносинах.

Матеріали для аналізу складаються з законодавчої бази Європейського Союзу та України щодо захисту інтелектуальної власності. Для наукового обґрунтування результатів досліджень щодо ефективного захисту інтелектуальної власності у спільних підприємствах використано комплексний методологічний підхід. Статистичний метод застосовано для наукового обґрунтування результатів досліджень. Виконано статистичний аналіз кількості зареєстрованих випадків порушення інтелектуальної власності у спільних підприємствах за останні 5 років.

Аналіз законодавчої бази Європейського Союзу та України показує, що існує значна різниця в підходах до регулювання інтелектуальної власності. Українським компаніям важливо адаптувати свої внутрішні політики до європейських стандартів.

Проведення регулярного аудиту ІВ допомагає виявити та зареєструвати всі інтелектуальні активи, що знижує ризик їх втрати або порушення прав.

Українським компаніям необхідно адаптувати внутрішні політики щодо ІВ відповідно до європейських стандартів, зокрема Угоди про асоціацію між Україною та ЄС [3]. Це включає питання володіння, використання та захисту ІВ. Включення положень про конфіденційність та комерційні таємниці є ефективним засобом запобігання несанкціонованому розголошенню інформації.

Ліцензування інтелектуальної власності є важливим кроком для українських компаній. Це не тільки забезпечує додатковий захист, але й може стати джерелом доходу.

Впровадження системи управління правами на ІВ, що включає моніторинг використання ІВ та вчасне реагування на порушення, значно підвищує рівень захищеності.

Юридичні інструменти, такі як медіація та арбітраж, є корисними у разі виникнення спорів щодо ІВ. Залучення юридичних консультантів з досвідом у сфері ІВ забезпечує фахову підтримку та супровід угод, що мінімізує ризики для компаній.

Для більш детального розуміння відмінностей та спільних рис у законодавстві про захист інтелектуальної власності в ЄС та Україні, представлено порівняльну таблицю. Вона допоможе виявити ключові аспекти, на які варто звернути увагу українським компаніям при співпраці з європейськими партнерами.

Таблиця 1 – Порівняльна таблиця законодавчої бази захисту інтелектуальної власності в ЄС та Україні

Аспекти	ЄС	Україна
Основні закони	Директиви та регламенти ЄС з питань ІВ	Цивільний кодекс України, Закони України з питань ІВ
Система охорони ІВ	Патентне право, авторське право, право на промисловий зразок, право на захист зазначення походження товарів, право на захист географічних зазначень, право на захист топографії інтегральних схем	Патентне право, авторське право, право на промисловий зразок, право на захист зазначення походження товарів, право на захист географічних зазначень,

Рівень захисту ІВ	Високий, гармонізований на всій території ЄС	Високий, але з деякими нюансами
Процедури реєстрації та отримання охорони ІВ	Єдині правила для всієї території ЄС	Різні процедури для різних видів ІВ
Міжнародні договори	Бернська конвенція, Всесвітня конвенція про авторське право, Римський статут про патенти, Мадридська система про реєстрацію знаків для товарів і послуг, та інші	Бернська конвенція, Всесвітня конвенція про авторське право, Євразійська патентна конвенція, Мадридська система про реєстрацію знаків для товарів і послуг

Комплексний підхід до захисту інтелектуальної власності, що включає адаптацію до європейських стандартів, чітке укладення договорів, ліцензування, освіту персоналу та використання юридичних інструментів, є ефективним для українських компаній у спільних підприємствах з європейськими партнерами.

Впровадження адаптованих політик захисту ІВ дозволяє знизити кількість порушень, підвищуючи рівень захищеності інтелектуальних активів. Для успішної інтеграції та захисту ІВ українським компаніям необхідно уважно стежити за змінами у законодавстві та вчасно адаптувати свої внутрішні політики відповідно до європейських стандартів.

Інформаційні джерела

1. European Union Intellectual Property Office (EUIPO) // Офіційний сайт.
– URL: <https://euipo.europa.eu>.
2. Закон України "Про охорону прав на винаходи і корисні моделі" // Верховна Рада України URL <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3687-12>
3. World Intellectual Property Organization (WIPO) // Офіційний сайт. – URL: <https://www.wipo.int>.

УДК 657.006.03

DOI:10.5281/zenodo.11870266

Г.І. Скиба, канд. екон. наук, доц. (ННІУЕБ МАУП, Київ)

О.В. Миронюк, канд. екон. наук, доц. (ННІУЕБ МАУП, Київ)

І.М. Беженар, канд. екон. наук, ст. досл. (ННЦ «ІАЕ», Київ)

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ГЛОБАЛЬНУ ОБЛІКОВУ СИСТЕМУ

Перехід України на міжнародні стандарти обліку та звітності є ключовим кроком у реформуванні державних фінансів та пошуку шляхів їх ефективного використання. Зарубіжний досвід показує складність цього процесу та необхідність ретельної підготовки з боку уряду і Міністерства фінансів України [2]. Цей процес є трудомістким, складним і тривалим, супроводжуваним жвавими дискусіями серед науковців та практиків-економістів.

Стандарти МСФЗ (Міжнародні стандарти фінансової звітності) є всесвітньо визнаною системою обліку, яка відповідає вимогам стосовно якості фінансової звітності різних країн. Їх впровадження має на меті створення прозорого, зрозумілого та порівняльного фінансового обліку, що сприяє покращенню комунікації між бізнесом та інвесторами, а також підвищенню довіри до фінансових звітів. Впровадження МСФЗ сприяє усуненню недоліків національної системи бухгалтерського обліку, зберігаючи її цілісність.

Національні системи обліку часто мають свої особливості, які можуть бути не зрозумілими для іноземних інвесторів або партнерів. Стандарти МСФЗ забезпечують єдиний підхід до обліку, що дозволяє легше порівнювати фінансові показники компаній з різних країн. Це особливо важливо для залучення інвестицій, оскільки інвестори прагнуть зрозуміти реальний фінансовий стан підприємств і порівнювати його з аналогічними компаніями у всьому світі.

Однак, впровадження МСФЗ не є простим процесом і супроводжується низкою викликів. Однією з ключових проблем є розвиток системного підходу до організації внутрішнього аудиту за стандартами МСФЗ і МСА (Міжнародні стандарти аудиту). Внутрішній аудит відіграє важливу роль у забезпеченні якості фінансової звітності та відповідності встановленим стандартам. Для цього необхідно створити ефективну систему внутрішнього контролю, яка б відповідала міжнародним вимогам. Крім того, перехід на МСФЗ потребує значних інвестицій в навчання та підготовку фахівців.

Метою цього дослідження є теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо організації процесу та методики бухгалтерського обліку в умовах інтеграції в світову економіку і переходу до МСФЗ.

Глобалізація економіки призвела до стандартизації правил бухгалтерського обліку. Потреба в гармонізації систем обліку вимагала розробки та впровадження МСФЗ. Для того щоб конкурувати з іноземними компаніями у привабленні ресурсів, необхідна нова система регулювання обліку та звітності. Реформування бухгалтерської звітності відповідно до міжнародних стандартів стає нагальною необхідністю.

До 2018 року Україна використовувала адаптаційну стратегію, а не повну стандартизацію обліку, шляхом створення власних національних стандартів П(С)БО. Наразі існує 34 таких стандарти, які, хоч і ґрунтуються на міжнародних, мають свої особливості:

- не всі міжнародні стандарти обліку лягли в основу розробки НП(С)БО;

- НП(С)БО не включають пояснювальних параграфів, що містяться в МСФЗ;

- НП(С)БО не передбачають деяких альтернативних методів обліку, які прописані у міжнародних стандартах, таких як МСБО 8, МСБО 20, МСБО 23 та ін.;

- НП(С)БО вимагають повного розкриття інформації лише від підприємств, які публікують річні фінансові звіти.

Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) охоплюють:

- Міжнародні стандарти фінансової звітності (IFRS);

- Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку (IAS);

- Інтерпретації, що розроблені Комітетом з інтерпретації міжнародних стандартів фінансової звітності (IFRIC) або раніше Постійним Комітетом з інтерпретації (SIC).

Україна, подібно до багатьох інших країн, обрала шлях гармонізації своєї системи обліку та звітності з міжнародними стандартами. Проте поняття «гармонізація облікової системи» законодавчо не визначено, існують різні погляди на його зміст. У офіційних документах часто вживається термін «адаптація». У міжнародному праві адаптація означає процес наближення правової системи держави до системи Європейського Союзу згідно з його вимогами. Закон України «Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу» визначає мету адаптації як досягнення відповідності правової системи

України критеріям ЄС для країн, що мають намір приєднатися до нього [1].

Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) впливають на розвиток національної системи бухгалтерського обліку і звітності в Україні, утверджуючи єдині принципи складання звітності. Важливо розглянути переваги та проблеми їх впровадження у національне законодавство. МСФЗ дозволяють: здійснювати порівняльний аналіз фінансової звітності за єдиними принципами; привертати інвестиції завдяки прозорості та зрозумілості звітності, яка гарантується дотриманням правил складання та наявністю пояснень; отримувати необхідну інформацію для управлінських рішень; зменшувати вартість залучення капіталу; збільшувати міжнародні інвестиції та виходити на закордонні ринки; полегшувати стандартизацію інформаційних систем обліку; надавати бухгалтерам свободу дій у межах МСФЗ; забезпечувати довіру з боку інвесторів.

Здійснювати ефективний аудит за МСФЗ, який є більш ефективним через взаємозв'язок стандартів МСФЗ і міжнародних стандартів аудиту (МСА). Впровадження фінансової звітності за МСФЗ стикається з рядом проблем. Основне викликання полягає у залученні висококваліфікованих кадрів, оскільки стандарти МСФЗ вимагають більше філософського підходу, ніж конкретних інструкцій. Це означає, що потрібно не лише скласти звітність, але й розуміти та використовувати її.

Додаткові складнощі включають високі фінансові витрати на перехід до МСФЗ, створення необхідних інституційних механізмів для їх впровадження та нагляду, а також адаптацію національного законодавства і розробку нових нормативів звітності.

У підсумку, метою реформування бухгалтерського обліку та фінансової звітності в Україні було узгодження національної системи з міжнародними стандартами. Цей процес вимагає не лише переходу на міжнародні стандарти, але й наявності сучасної системи аудиту, відповідної ринкової інфраструктури та зміни законодавчої бази.

Інформаційні джерела

1. Про загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу : Закон України від 18 березня 2004 р. № 1629 / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1629-15>.
2. Ловінська Л.Г. Державне регулювання бухгалтерського обліку в Україні: мета і сфера впливу. *Фінанси України*. 2012. № 4. С. 56–66.

УДК 331.1

DOI:10.5281/zenodo.11870782

О.П. Славкова, д-р екон. наук, проф. (СНАУ, Суми)

ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ВІДПОВІДНО ДО ВИМОГ ЄС В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Новий тип економіки, який є результатом еволюційного розвитку економічних систем і базується саме на сформованій національній інноваційній системі, яка підтримує розвиток усіх сфер матеріального та нематеріального виробництва через зростання та оновлення знань внаслідок чого у складі виробленої продукції (послуг) збільшується частка доданої вартості за рахунок інтелектуальної складової, а характер трудової діяльності людини змінюється на користь творчої та інтелектуальної діяльності. [1].

Підвищення кваліфікації є одним з елементів розвитку персоналу і визначається як система навчання, організаційного розвитку та підвищення кваліфікації працівників, функціонування якої спрямоване на вирішення поточних і стратегічних завдань підприємства чи організації шляхом забезпечення більшої індивідуальної та організаційної ефективності. Важливим елементом в такій системі є гнучкість персоналу та здатність до змін. Напрями професійного розвитку: базова професійна підготовка; навчання з урахуванням нових напрямків організаційного розвитку; навчання, спрямоване на підвищення загальноосвітнього рівня працівника тощо. А основною метою розвитку персоналу є підвищення продуктивності праці окремих працівників, структурного підрозділу та підприємства чи організації в цілому. Успішний розвиток працівників визначається трьома факторами: знаннями, здібностями та поведінкою працівників.

Досліджуючи досвід країн ЄС необхідно звернути увагу на те що часто використовується дуальна система професійного навчання працівників. У таких країнах, як Німеччина, Австрія та Швейцарія, 75% населення отримує дуальну освіту. Така система дуже корисна для підприємств та організацій у зв'язку з тим, що вони також залучають багато студентів які навчаються на такій формі навчання, після чого можуть вибрати найкращих кандидатів на постійну роботу. Водночас вдале поєднання теорії та практики виробляє в здобувачів навичку пристосовувати свої знання та вміння до потреб виробництва, якісної роботи, використання та розвитку своїх здібностей, поєднання особистих цілей із цілями підприємства. При цьому збільшення кількості днів навчання на 1% сприяє підвищенню продуктивності

праці, а витрати на професійне навчання становлять близько 16% загального приросту продуктивності праці. [2]

В частині підвищення кваліфікації та перепідготовки необхідно звернути увагу на елемент «професійне самопідготовка» який організаційно належить до німецької системи професійного навчання. Під професійною самопідготовкою слід розуміти сукупність організованих та інституціоналізованих освітніх процесів, пов'язаних із здобуттям професійної кваліфікації та подальшим навчанням, отриманим за дуальною системою або в результаті багаторічного професійного досвіду. Професійна самопідготовка, як правило, включає короткострокове навчання працівників безпосередньо на підприємствах або в навчальних закладах, що діють при підприємствах; у спеціалізованих школах; у народних інститутах відповідно до законодавства про освіту для дорослих провінцій; в академіях і на курсах державних службовців відповідно до Закону про державних службовців. Перепідготовка працівників відбувається у спеціальних центрах перепідготовки та на підприємствах за допомогою регіональних служб зайнятості [3].

Цифровізація економіки веде до формування нових вимог до персоналу і набуття ним знань та вмінь згідно стандартам ЄС. Це можна пояснити тим, що автоматизація всіх процесів в економіці так чи інакше пов'язана зі змінами на ринку праці. Адже головною рушійною силою поступального зростання економіки є трудовий потенціал. Природно, що діджиталізація в першу чергу торкається сфери управління персоналом, а вже потім – інших сфер. Сфера застосування цифрових технологій в управлінні персоналом наразі перебуває у стадії становлення та розвитку і є необхідним елементом підвищення кваліфікації персоналу.

Підсумовуючи необхідно відмітити що українська система підвищення кваліфікації є формалізованою та складною. Тому ми вважаємо за необхідне провести заходи щодо її вдосконалення та внести зміни в навчальні програми в частині достосування їх до вимог ЄС.

Інформаційні джерела

1. Збрицька Т.П. Сорока О. В. Управління персоналом в епоху цифрової економіки. *Економіка та суспільство*. 2021. № 31. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-201>.
2. Грішнова О.М. Економіка праці і соціально трудові відносини. К: Кондор. 2016. 356с.
3. Самойленко В. В. Підвищення кваліфікації персоналу на прикладі провідних країн світу. *Ефективна економіка*. 2019. №5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2019/35.pdf.

УДК 664.858: 338.439

DOI:10.5281/zenodo.11871210

О.В. Стоянова, канд. техн. наук, доц. (ХНТУ, Хмельницький)

К.В. Зубкова, канд. техн. наук, доц. (ХНТУ, Хмельницький)

К.Є. Кузнецова, здоб. ОС «бакалавр» (ХНТУ, Хмельницький)

ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ ФРУКТОВО-ЯГІДНИХ ДЖЕМІВ ВІДПОВІДНО ДО ТЕХНІЧНИХ РЕГЛАМЕНТІВ ЄС

Регламент європейського парламенту і ради (ЄС) № 178/2002 від 28 січня 2002 року встановлює загальні принципи і вимоги харчового права, регламентує створення Європейського органу з безпеки харчових продуктів та встановлення процедур у питаннях, пов'язаних із безпечністю харчових продуктів [1]. Регламент містить базові положення, що дають змогу забезпечити високий рівень захисту здоров'я людей та інтересів споживачів стосовно харчових продуктів, зокрема, беручи до уваги різноманітність пропозиції харчових продуктів, включаючи традиційні продукти, та одночасно забезпечити ефективне функціонування внутрішнього ринку. Дослідження багатьох науковців присвячені проблемам аналізу загроз і небезпек, що виникають у харчовому ланцюзі "з лану до столу" в процесі вирощування і перероблення аграрної сировини випуску та реалізації харчової продукції. Одним із найбільш дискусійних питань є проблема виготовлення консервованої фруктової продукції із використанням генетично модифікованих організмів (ГМО) [2-4].

Метою дослідження є виробництво фруктово-ягідних джемів на основі органічної сировини без консервантів, барвників та ароматизаторів відповідно міжнародним нормам.

Автори досліджували технологію та рецептуру фруктово-ягідних джемів: «Яблучно-обліпиховий» та «Полуничний джем з базиліком, м'ятою та лимонною цедрою». При виробництві консервів застосовуються наступна основна сировина: яблука сорту Голден Делішес, обліпиха (сорту Оляна), полуниця сорту Вікторія .

Перевагою джемів перед іншими фруктово-ягідними консервами є вміст в них пектину, який має лікувальні властивості: нормалізує холестеринний обмін, впливає на мінеральну рівновагу та якість мікрофлори, підвищує стійкість організму до алергії, позитивно впливає на внутріклітинне дихання та обмін речовин, має антибактеріальні властивості, є природним де токсикантом. Однією з характеристик смакових якостей плодів та ягід є співвідношення цукрів до титрованих кислот, або цукрово-кислотний індекс (ЦКІ). Враховуючи показник ЦКІ

автори запропонували рецептуру фруктово-ягідних джемів, яка дозволяє підвищити харчову цінність готової продукції та забезпечити необхідну ступінь желеутворення .

Технологічна схема включає процеси: транспортування, зберігання, миття, очищення, бланшування, подрібнення, змішування (за рецептурою), настоювання, уварювання (до 73 % с.р.), фасування, закупорювання, стерилізація, охолодження, оформлення готової продукції. Джем фасують у скляні банки 1-82-250. Формула стерилізації 20-15-20

100

В рецептурі пропонується використання цукрового сиропу або цукрозамінника стевіозиду. При визначенні масової частки цукрозамінника, керувалися коефіцієнтом солодкості, який дорівнює 1:200 (по відношенню до цукрози). Кількість екстракту стевії, яка додається до джему, встановлюємо дослідним шляхом підбираючи рецептуру на основі зразків, виготовлених в лабораторії, керуючись нормами, згідно яких кількість екстракту стевії не повинна перевищувати 1000 г на 1 т джему. Використання стевіозиду дозволяє знизити калорійність джему, при цьому органолептичні і фізико-хімічні властивості повністю відповідають вимогам якості.

Для підвищення проникнення цукру в технологічній схемі запропоновано процес настоювання в цукровому сиропі. Ягоди (обліпиха, полуниця) витримують у гарячому сиропі (75-85 °С) протягом 3-4 годин. При цьому відбувається часткова дифузія цукру у ягодах, що полегшує процес варіння. Плоди піддають короточасному кипінню протягом трьох циклів, між періодами кипіння плоди витримують 4 години. Тривалість періодів кипіння 10-20 хвилин. При гідролізі пектину утворюються спирт метиловий, кислота оцтова, арабіноза, галактоза і кислота галактуронова. У присутності цукру (65-70 %) і кислоти (рН = 3,1-3,5) утворюється желе. При цьому желеюча здатність пектинів зростає зі збільшенням їх молекулярної маси та кількості метоксильних груп (~ОСН₃) це є позитивним при виробництві джемів. Вміст титрованих кислот у джемах перебував у межах 1 %. Це становить лише 1.5-1.7 % вмісту сухих розчинних речовин, але цілком достатньо для желеутворення. Доведено, що для отримання джему з желеподібною консистенцією відмінної якості необхідно до 40 % рецептури додати пективновмісну сировину.

При оцінці ризику небезпечних факторів і джерел їх надходження визначено основні критичні точки керування (КТК): КТК1 – миття сировини; КТК 2 – варіння джему; КТК 3 – стерилізація.

Вимоги до мікробіологічних показників безпеки соків відповідно до СанПін 2.3.2. 560-96. Із фізико-хімічних показників в сировині і

готовій продукції визначено: вміст розчинних сухих речовин рефрактометричним методом; загальний вміст органічних кислот – титруванням; рН-середовища – потенціометричним методом; вміст нітратів – іонометричним методом. Для визначення біологічної цінності досліджено вміст вітаміну С йодометричним методом.

За результатами аналізу дегустаційної комісії було отримано позитивні дані щодо органолептичних показників якості, що не суперечать вимогам відповідної нормативної документації ДСТУ 4900:2007 [5]. Строк зберігання готової продукції не більше 2 роки з дати виготовлення при наступних умовах: температура повітря – 0...25 °С, вологість 75%.

Комбінування рецептури з додаванням пективновмісної сировини в кількості 15 % вміст пектину в продукті підвищився в 1.5 раза. Підвищення вмісту пектину до межі 0.7–1.0 % надає високих желеутворюючих властивостей дослідним зразкам джему. Практичне значення одержаних результатів полягає в удосконаленні технологічної схеми виробництва джемів, зокрема розроблені способу підготовки сировини і способу уварювання соку, які забезпечують отримання готового продукту з високими смаковими показниками. Впровадження на переробних плодоовочевих підприємствах систем управління якістю, безпечністю, при підтвердженні їх відповідності міжнародним (або гармонізованим національним) стандартам дозволить підвищити конкурентоспроможність фруктових-ягідної продукції.

Інформаційні джерела

1. Регламент європейського парламенту і ради (ЄС) № 178/2002. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_005-02#Text
2. Кордзя Н.Р., Єгоров Б.В. Основні поняття продовольчої безпеки країни: монографія. Херсон: Олдіплюс, 2018. 148 с.
3. Криницька О.О., Ткачук Т.І. Оцінка впливу використання генетично модифікованої продукції на стан продовольчої безпеки. *Економіка харчової промисловості*. 2019. Т. 11, Вип. 2. С. 13-19. DOI: 10.15673/fe.v11i2.1390.
4. Адамчук Т.В. Регламенти використання підсолоджувачів в Україні та деякі питання їхньої безпечності. *Довкілля та здоров'я*. 2014. № 2. С.43-45.
5. Джеми. Загальні технічні умови: ДСТУ 4900:2007. (2009). Київ: Держспоживстандарт України.
6. Koyama E., Kitazawa K., Otori Y. In vitro metabolism of the glycosidic sweeteners, stevia mixture and enzymatically modified stevia in human intestinal microflora. *Food Chem Toxicol*. 2003. № 41(3). P. 359–374.

УДК 005.95/96:640.2

DOI:10.5281/zenodo.11871640

Л.В. Татар, канд. техн. наук (ДБТУ, Харків)

А.К. Пенкін, здоб. ступ. PhD (ДБТУ, Харків)

ЄВРОПЕЙСЬКІ СТАНДАРТИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ЗАПОРУКА УСПІШНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток персоналу є ключовим елементом успішного функціонування будь-якого підприємства. Особливо в умовах сучасних змін у вимогах до професійних знань та розвитку інноваційних технологій. Розвиток персоналу сприяє підвищенню мотивації співробітників, зниженню плинності кадрів та підвищенню задоволеності роботою. Тому важливо надавати пріоритет розвитку персоналу у стратегії управління будь-яким підприємством.

Ефективне використання людського ресурсу є одним із вагомих факторів, що впливають на результативність діяльності підприємства [1]. Європейські стандарти управління персоналом охоплюють широкий спектр тем, включаючи підбір персоналу, навчання, оцінку ефективності та відносини з працівниками. Ці стандарти спрямовані на те, щоб організації ефективно керували своїми людськими ресурсами у справедливий і прозорий спосіб відповідно до правових вимог і найкращих практик. Деякі ключові принципи європейських стандартів управління персоналом включають рівні можливості для всіх працівників, відсутність дискримінації, повагу до колег та постійне вдосконалення навичок і компетенцій працівників. Дотримуючись цих стандартів, організації можуть створити сприятливе робоче середовище та максимізувати потенціал своєї робочої сили.

Європейський стандарт відбору персоналу – це набір інструкцій, створених Європейською федерацією асоціацій психологів (EFPA) для забезпечення чесної та ефективної практики відбору та оцінювання працівників. Він охоплює різні аспекти, такі як аналіз роботи, методи відбору, інструменти оцінки, процеси прийняття рішень та етичні міркування. Дотримання цього стандарту може допомогти організаціям приймати обґрунтовані рішення та покращити якість своєї робочої сили.

Європейський стандарт підготовки персоналу в першу чергу регулюється Європейською рамкою кваліфікацій (EQF), яка забезпечує загальну еталонну структуру для зв'язку між системами кваліфікацій різних країн і сприяє взаємному визнанню кваліфікацій у всій Європі. EQF складається з восьми рівнів і охоплює широкий спектр кваліфікацій, від базових навичок до докторських ступенів. Крім того,

існують спеціалізовані рамки та стандарти, яких організації можуть дотримуватися для навчання персоналу, залежно від галузі та вимог. Організаціям важливо узгодити свої навчальні програми з цими європейськими стандартами, щоб забезпечити якість і порівнянність кваліфікацій за кордоном.

Європейський Союз має різноманітні закони та нормативні акти, які забезпечують справедливе та шанобливе ставлення до працівників на робочому місці. Це включає в себе правила щодо робочого часу, справедливої оплати праці, правил охорони здоров'я та безпеки, а також захисту від дискримінації. Крім того, у багатьох європейських країнах є потужні організації за права працівників, які виступають за дотримання прав і справедливе ставлення до працівників на робочому місці.

Інноваційні технології в управлінні персоналом спрямовані на підвищення ефективності, скорочення рутинної роботи, покращення процесу прийняття рішень за допомогою адекватного аналізу і синтезу даних, створення кращих умов для праці [2]. Існує кілька загальних принципів, які можуть бути використані для розробки інноваційних концепцій впровадження кадрових технологій:

1. Дослідження та аналіз ринку та технологічних тенденцій.
2. Співпраця з внутрішніми та зовнішніми стейкхолдерами для збору ідей та впровадження кращих практик.
3. Використання інноваційних технологій, таких як штучний інтелект, навчання та автоматизація процесів.
4. Інвестування в навчання та розвиток персоналу для забезпечення успішного впровадження нових технологій.
5. Постійний моніторинг та оцінка ефективності впроваджених рішень для постійного вдосконалення.

Європейські стандарти управління персоналом можуть бути ключем до успішного розвитку підприємства, а саме: створення ефективної системи управління персоналом, яка сприяє підвищенню продуктивності; зниження плинності кадрів; збільшення конкурентоспроможності підприємства на ринку. Застосування європейських стандартів у розвитку кожного напрямку підприємства позитивно впливає на компанію та її працівників.

Інформаційні джерела

1. Орел Ю.Л., Смаглюк А.А. HR-менеджмент в українському бізнесі: виклики цифровізації. *Академічні візії*. 2023. № 19. <https://orcid.org/0000-0002-8874-3719>
2. Гришко В.В., Струць О.Р. Інноваційні зміни в управлінні персоналом. *Економіка і регіон*. 2023. № 4 (91). С. 126-132. [https://orcid.org/10.26906/EiR.2023.4\(91\).3202](https://orcid.org/10.26906/EiR.2023.4(91).3202)

УДК 331.1

DOI:10.5281/zenodo.11872013

Г.Б. Тимохова, канд. екон. наук, доц. (ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків)

К.А. Карась, здоб. ОС «бакалавр» (ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків)

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЇ ЗБЕРЕЖЕННЯ ЯКОСТІ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Початок пандемії COVID-19 привернув увагу до всесвітньої дискусії про втрату освіти. Міжнародні організації почали публікувати звіти та меморандуми, в яких обговорювали вплив закриття шкіл на освіту та їхні наслідки. Одним із широко обговорюваних наслідків є освітнє відставання.

У науковій літературі існує багато способів визначення освітніх втрат. Зокрема, під цими втратами розуміються:

- втрата знань і навичок або відхилення в успішності учня, часто пов'язані з перериванням формальної освіти, прогулами тощо;

- коли академічна успішність студентів, які досягли певних успіхів у навчанні, знижується, раніше отримані знання втрачаються. Зазвичай це пов'язано з тимчасовою (короткостроковою) перервою формальної освіти, наприклад, літніми канікулами;

- різниця між тим, чого навчився учень (тобто академічним прогресом, якого він досяг) і тим, що учень мав навчитися на певному етапі свого навчання (наприклад, у певному віці, у певному класі тощо)[1;2].

Світовий банк називає нинішню освітню кризу найбільшою та найгострішою за минуле століття. Дослідження показують, що діти в країнах з низьким рівнем доходу зазнають найбільших втрат у сфері освіти. Згідно з публікацією Світового банку *The Global State of Learning Poverty: The 2022 Update*, приблизно 70 відсотків десятирічних дітей у країнах із низьким і середнім рівнем доходу не можуть розуміти просту мову, читати й писати через освітню кризу. пандемія COVID-19 посилилася. Для порівняння з 57% до пандемії. Вони підрахували у звіті: наслідки COVID-19 для освіти обійшлися світовій економіці в 17 трильйонів доларів. Дослідження *The New York Times* показує, що знадобиться від трьох до п'яти років, щоб відновити освітні втрати, спричинені пандемією COVID-19 [1;2].

У майбутньому втрата освіти може мати наслідки для людського розвитку: здібностей і навичок, можливостей ринку праці та економічного добробуту. Згідно з дослідженням Організації економічного розвитку та співробітництва (ОЕСР), втрати освіти,

спричинені пандемією, призводять до втрати майбутніх високооплачуваних можливостей учнівства та зменшення кількості кваліфікованих працівників на ринках праці в різних економіках.

Економічні втрати в освіті: вивільнення значної частини висококваліфікованого персоналу, закриття навчальних закладів, різке зменшення контингенту учнів та студентів, зменшення або втрата фінансових ресурсів.

Війна Росії проти України також, ймовірно, матиме наслідки, особливо після повномасштабного вторгнення в лютому 2022 року. Проте освітні втрати мають не лише економічні наслідки. Науковці досліджували втрати людського капіталу внаслідок Другої світової війни, зокрема шкоду, якої зазнали діти шкільного віку. Висновки невтішні - діти, шкільні роки яких припали на час війни, через перерви в навчанні отримували менший заробіток навіть через 40 років після її закінчення. Дослідження показують, що кожен рік навчання збільшує дохід на 10%. Загалом усі дослідники сходяться в тому, що уряди країн, постраждалих від війни, повинні зосередитися на налагоджуванні комплексної підтримки дітей в умовах війни та повоєнного часу, зокрема забезпеченні їх необхідними ресурсами та інфраструктурою, побудові системи психологічної підтримки тощо.

Наразі достовірних даних про освітні втрати в Україні немає. Чи не головним викликом став відтік кадрів з українських ЗВО через вимушену міграцію студентів та викладачів. На початку повномасштабного російського вторгнення вважалося, що так звана проблема "відтоку мізків" може мати негативні наслідки в короткостроковій і довгостроковій перспективі. На початку квітня 2022 року представники українських вищих навчальних закладів, які беруть участь у веб-трансляції Європейської асоціації міжнародної освіти, висловили занепокоєння тим, що українська вища освіта зіткнеться з «витоком мізків у довгостроковій перспективі внаслідок агресії, серйозних руйнувань і вимушеної міграції». Частка українців на кордонах ЄС зростала, і питання виїзду з України не виглядало небезпечним до середини літа, коли ситуація стабілізувалася і кількість тих, хто повертався, почала перевищувати кількість тих, хто виїжджав. Як результат, система стала знову контрольованою, багато викладачів та студентів повернулися до своїх робочих/навчальних місць, принаймні наскільки дозволяла безпекова ситуація. Українські університети зуміли напрацювати дієві механізми комунікації зі своїми студентами, які залишаються за кордоном і навчаються в Україні, так само і викладачі отримали можливість через дистанційний формат навчання працювати зі своїми студентами.

При цьому ситуація в Україні є особливою на тлі інших країн: наслідки повномасштабної війни наклалися на вплив пандемії COVID-19. Університети відіграють ключову роль у підтримці територій і місцевих громад для забезпечення стабільності. Чи з точки зору залучення капіталу (капітал талантів, фінансовий капітал, матеріальний капітал тощо), чи з точки зору можливостей технологічних інновацій, університети є основними ресурсами своїх регіонів. і створити нові робочі місця. Зазначенні процеси варті особливої уваги. Якщо вони будуть враховані при формуванні нових та адаптації існуючих стратегій розвитку університету, це сформує нормативно-правову базу для ефективного функціонування університету та розширить можливості для використання потенціалу автономії.

Необхідно розвивати систему моніторингу освітніх здобутків, навичок та втрат за допомогою національних стандартизованих тестувань на різних рівнях загальної середньої освіти. На жаль, поки триває війна жодне освітнє дослідження не дасть змоги охопити все учнівство країни. Іншими словами, жодна вибірка за нинішніх умов не може бути репрезентативною, адже частина учнів залишиться поза межами доступності дослідників. Мова, зокрема, про учнів, які перебувають у зоні активних бойових дій, на тимчасово окупованих територіях, а також тих учнів, які виїхали за кордон.

Для цього важливо, зокрема, за можливості не скасовувати тестування, які вже існують, тобто зовнішнє незалежне оцінювання. Варто проводити моніторинг який б фіксував, скільки часу було втрачено, як учасники освітнього процесу оцінюють освітні втрати. За прикладом моніторингу початкової школи необхідно розробити національну систему моніторингу для інших ланок освіти. Також важливо продовжувати моніторинг якості дистанційного навчання. На основі даних вимірювань і моніторингів важливо розробляти і впроваджувати механізми та програми компенсації освітніх втрат.

Інформаційні джерела

1.Azevedo, J. P., Gutierrez, M., Hoyos, R., Saavedra, J. (2021). The Unequal Impacts of COVID -19 on Student Learning. Primary and Secondary Education During Covid-19, pp 421459.

2.The Global State of Learning Poverty: The 2022 Update [online]. Available at:<https://www.worldbank.org/en/topic/education/publication/state-of-global-learning-poverty> [Accessed 30.05.2024].

УДК 330.3

DOI:10.5281/zenodo.11872484

Н.Г. Ушакова, канд. екон. наук, проф. (ДБТУ, Харків)

РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ЯК ВИРІШАЛЬНИЙ ЧИННИК ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

Людський капітал визнаний найціннішим ресурсом сучасної економіки, тому підвищення його якості є першочерговим завданням розвитку кожної країни. В умовах зростання невизначеності економічного розвитку внаслідок природних (екологічні проблеми), соціальних (COVID-19), економічних (фінансові кризи, інфляція), політичних (війна в Україні) криз вирішення цього питання значно ускладнюється. Це підтверджується зниженням Індексу Людського Розвитку (ІЛР) в 2022-2023 рр. в багатьох країнах світу. Для України, в якій щоденно руйнується фізичний капітал, втрачаються природні ресурси і знижується кількість населення, якість людського капіталу розглядається чи не єдиною можливістю для відбудови під час і після війни, а також запорукою ефективного процесу євроінтеграції.

В сучасній економічній літературі людський капітал зазвичай трактується як наявний запас знань, навичок, мотивацій, що формується інвестиціями в освіту, охорону здоров'я, географічну мобільність, пошук інформації тощо та використовується в суспільному виробництві. Підвищення якості людського капіталу має величезний вплив на інноваційно-інвестиційний розвиток держави, визначає рівень її конкурентоспроможності, виступає передумовою підвищення якості життя тощо.

Індекс Людського Розвитку є узагальненим показником для оцінки усереднених досягнень країни за трьома основними вимірами людського розвитку, а саме: довголіття, освіченість, матеріальний рівень життя. Значення ІЛР України, починаючи з 1990 року зростало, але нерівномірно: зниження спостерігалось внаслідок соціально-економічних та політичних криз 1991, 2015, 2019-2023 рр. (рис. 1). Нинішня величина ІЛР – 0,734 – забезпечує Україні лише 100-те місце серед 193 країн в рейтингу 2023 року. Як вказано в новому Звіті про людський розвиток «Вихід із глухого кута: Переосмислення співпраці в умовах поляризованого світу», презентованому Програмою розвитку ООН (UNDP), показник опустився до найнижчого рівня з 2004 року, і важко оцінити всю глибину впливу на Україну повномасштабного вторгнення через складність збору даних, особливо на окупованих територіях [1].

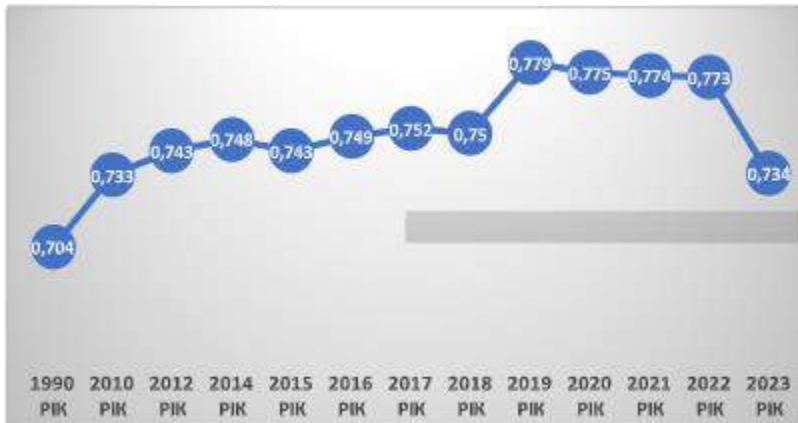


Рисунок 1. Зміни показника Індекс Людського Розвитку в Україні
(складено на основі: [2; 3])

Однією з найбільш постраждалих компонентів формування людського капіталу в Україні експерти визначають освітню складову людського розвитку. Дистанційні та змішані форми навчання, відсутність у учнів повного доступу до освітнього матеріалу через руйнування енергетичної системи, поганий інтернет-зв'язок та незабезпеченість необхідним технічним обладнанням низили якість освітнього процесу. Це також стало однією з причин міграції учнів і викладачів в безпечні країни, насамперед, в країни ЄС, де є умови для отримання якіснішої освіти і самореалізації.

Отже, війна загальмувала людський розвиток України та відкинула національну економіку назад у розвитку на роки. Тому збереження та підвищення якості людського капіталу необхідні для протистояння у війні, післявоєнної відбудови економіки відповідно до нових цифрових стандартів. В майбутньому це дозволить Україні стати цивілізованим партнером для країн ЄС.

Інформаційні джерела

1. Україна залишається країною з високим Індексом людського розвитку – звіт UNDP. URL : <https://www.undp.org/uk/ukraine/press-releases/ukrayina-zalyshayetsya-krayinoyu-z-vysokym-indeksom-lyudskoho-rozvytku-zvit-undp>.
2. Human Development Indices and Indicators 2018. Statistical Update. URL : http://hdr.undp.org/sites/default/files/2018_human_development_statistical_update.pdf.
3. Human Development Report 2023-24. URL : <https://hdr.undp.org/content/human-development-report-2023-24>.

УДК 338.467

DOI:10.5281/zenodo.11872743

В.А. Фостолович, д-р екон. наук, доц. (ЖДУ ім. І. Франка, Житомир)
Ю.А. Гуртовий, здоб. ОС «магістр» (ЖДУ ім. І. Франка, Житомир)

СУЧАСНІ ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Індустрія готельно-ресторанних послуг набула нового формату в системі комунікацій при інтегруванні цифрових технологій в різні процеси виробничої діяльності, зокрема основної (операційної), інвестиційної та фінансової. На кожному із процесів надання послуг підприємствами готельно-ресторанного бізнесу технологія взаємодії між суб'єктами діяльності, внутрішніми зв'язками та державою і контролюючими органами набула нового виміру із впровадженням цифрових інструментів у систему управління.

Із постійною появою нових цифрових інструментів для підприємств важливим є дослідити практичні аспекти їх впровадження та функціонування для забезпечення якісної комунікації між усіма учасниками готельно-ресторанного бізнесу. Важливо дослідити чи доцільним є впровадження саме визначеного елемента цифровізації на конкретному підприємстві. У випадку позитивного рішення, необхідно розробити алгоритм його роботи та розробити механізм навчання персоналу й зовнішніх користувачів використовувати цифровий інструмент комунікацій. Наступним важливим кроком є вивчення спроможності та розробка механізму інтегрування запропонованого інноваційного цифрового інструменту комунікацій із діючою на підприємстві операційною системою, або програмним забезпеченням, яке обслуговує процес надання послуг підприємствами сфери гостинності.

Ринок пропонує широкий спектр веб-ресурсів для побудови сучасної системи комунікацій. Вибір найбільш комфортних для роботи в конкретних умовах є не простою задачею кожного власника бізнесу, зокрема і підприємств індустрії гостинності. Безперечно, що рівень конкурентоспроможності підприємства насамперед визначається якістю наданих послуг, проте, якість представленого сайту відіграє далеко не останню роль у боротьбі за гостя. Якість SEO-просування веб-ресурсу готельно-ресторанного бізнесу часто формує довіру потенційного гостя до закладу і в кінцевому результаті визначає прибуток підприємства.

Сучасний споживач інформації досить вимогливий до рівня доступності інформації через високий рівень конкуренції.

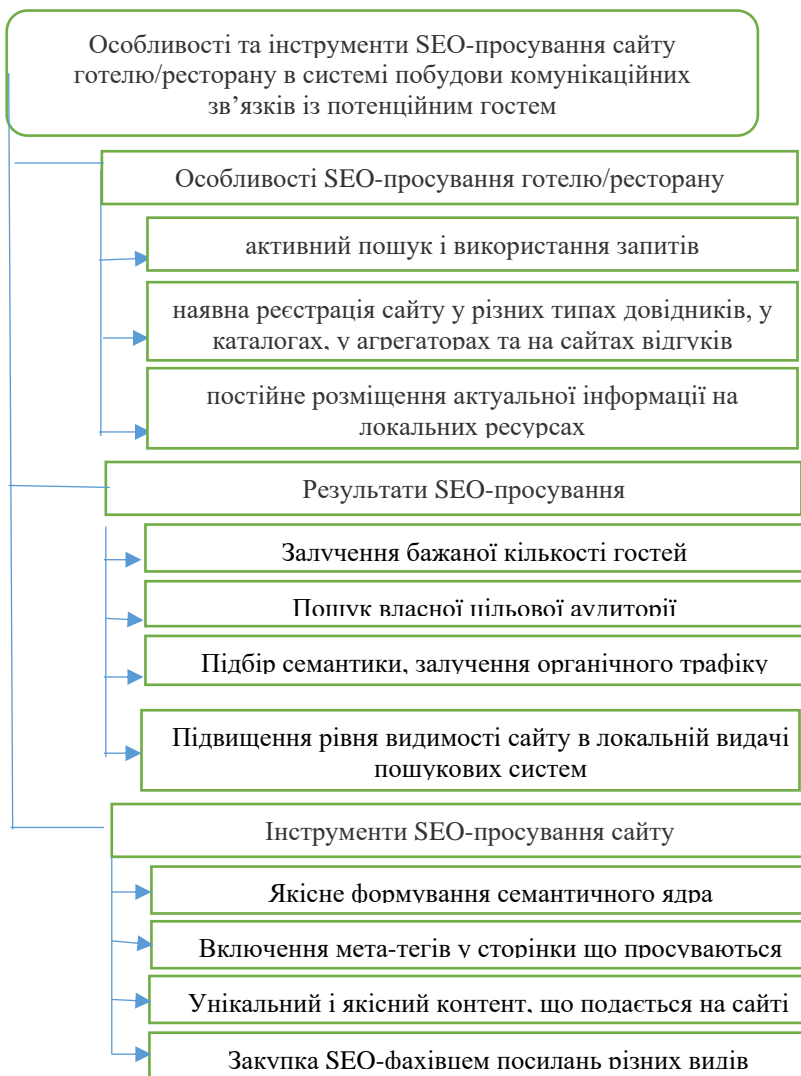


Рисунок 1 - Особливості та інструменти SEO-просування сайту готелю/ресторану в системі побудови комунікаційних зв'язків із потенційним гостем

Джерело: узагальнено автором на основі [1]

Тому, щоб бути в «полі зору» потенційного гостя сайт компанії повинен бути як мінімум в десятці ТОП-видачі за запитом Google. Зареєструвавшись у Google Бізнес та у онлайн-каталогах підприємство матиме перевагу споживача.

Грамотність оформлення сайту та доступність і зручність отримання інформації (категорія наявних номерів/вільних місць в ресторані, їх вартість, можливість та час заселення, наявність додаткових послуг, фото номерів і прилеглої до готелю/ресторану території, наявність фото-зон та ін.) впливатиме на рішення гостя скористатись послугами саме даного закладу.

В системі комунікацій між закладом та потенційним гостем реклама спрацьовує швидше, проте, більш якісним є SEO-просування, на яке витратиться більше часу. SEO-просування в більш тривалій перспективі принесе більше ефекту та сприятиме залученню більшої кількості очікуваних гостей. Видимий ефект від SEO-просування стане помітним лише через певний період (3-4 місяці), але для подальшого збільшення ефективності потребуватиме постійних зусиль для подальшого просування.

Простота, мінімалістичність, інформативність та можливість інтуїтивної роботи із сайтом є основними вимогами, які ставить користувач. Надмірна нав'язливість завжди діє в протилежному напрямку при завантажуванні потенційного гостя.

Активне ведення сторінок в соціальних мережа та поширення таргетингової реклами є також ефективними інструментами пошуку гостя. Контекстна реклама, ведення блогів для гостей, опис подій та розміщення посилань у каталогах є неодмінними атрибутами в системі комунікацій із клієнтом сфери готельно-ресторанного бізнесу.

Отже, оскільки сайт закладу сфери гостинності виступає своєрідною візитівкою даного бізнесу, то SEO-просування слугує сучасним інструментом поліпшення комунікацій із гостем.

Інформаційні джерела

1. Просування сайтів готелів. *BySHEP*. URL: <https://byshep.com/statti/prosuвання-sajtiv-goteliv/>.
2. Фостолович, В., Гуртовий, Ю., & Фостолович, Р. (2024). Комунікаційні процеси в підприємств сфери гостинності за умов цифрових трансформацій. *Економіка та суспільство*. 2024. №61. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-58>.

УДК 37.01:004.032.6:37.011.3-51:811.161.2 DOI:10.5281/zenodo.11874064

В.А. Фостолович, д-р екон. наук, доц. (ЖДУ ім. І. Франка, Житомир)
М.О. Черниш, здоб. ОС «магістр» (ЖДУ ім. І. Франка, Житомир)

НАПРЯМКИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ ТА МЕДІАГРАМОТНОСТІ У ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ

Реалії сьогодення сформували нові виклики в системі освіти, пов'язані із медіаграмотністю. Поширення медіаграмотності стало основою формування ідентичності кожного учня початкової школи. До всебічних ролей вчителя початкових класів основоположним також стало завдання навчити дитину не лише використовувати медіа інструменти, але і протистояти інформаційним загрозам.

В системі формування медіаграмотності повстали виклики пов'язані із інформаційною війною та заангажування у її технологію швидкорозвиваючого штучного інтелекту. Кожна людина має право на доступ до якісної інформації. Руйнування елементів інфраструктури, блокування українського мовлення та поширення за допомогою штучного інтелекту та чат-ботів фейкового пропагандистського контенту ворожою російською навалою створює загрозу використання соціумом неякісної брехливої інформації. Тому, завданням вчителя початкових класів є навчити учнів відфільтрувати небезпечні неякісні інформаційні потоки.

Зважаючи на те, що інтенсивність розвитку та впровадження інноваційних розробок є швидшим, ніж здатність пересічної людини чи дитини початкових класів дослідити і вивчити усі позитивні й негативні сторони інформації в цілому. Синтезуючи зображення чи голос формуються дипфейки, які виступають дуже небезпечною інформаційною зброєю, оскільки мають безпосередній вплив на суспільну свідомість через створення очікуваної розробником інформаційної реальності.

Реалізація цілей стратегії інформаційної безпеки можлива через розвиток медіаграмотності. Виходячи із ситуації, що склалась, Кабінетом Міністрів України сформовано Розпорядження «Про затвердження плану заходів з реалізації Стратегії інформаційної безпеки на період до 2025 року» [1].

В частині аналізу глобальних викликів та загроз інформаційній безпеці виокремлено недостатній рівень медіаграмотності за умов стрімкого розвитку цифрових технологій.



Рисунок 1 - Напрямки та шляхи реалізації Стратегічної цілі 3 «Стратегії інформаційної безпеки» в частині підвищення рівня медіакультури та медіаграмотності суспільства

Джерело: узагальнено автором на основі [1]

Недостатній розвиток медіаграмотності починаючи із рівня початкової школи створює загрозу зниження критичності сприйняття інформації. Через некритичне сприйняття інформації розширюються можливості:

- маніпуляцій різними соціальними сферами;

- дезінформації;
- деструктивної пропаганди;
- популярності конспірологічних теорій та інше [1].

Аналізуючи національні виклики та загрози на рівні держави виокремлено недостатній рівень інформаційної культури та медіаграмотності. Медіаграмотність високого рівня може слугувати інструментом для протидії маніпуляціям свідомістю та інформаційного впливу.

Підвищення рівня медіакультури і медіаграмотності суспільства в частині реалізації стратегії інформаційної безпеки нами представлено схематично на рисунку 1.

Найбільш необхідним в даний час є формування медіаграмотності починаючи із рівня початкової освіти, коли формується свідомість та закладаються підвалини особистості. Для даної категорії учнів розробка вправ спрямованих на розвиток критичного мислення із використанням технології інтерактивного навчання сприятиме формуванню інформаційної безпеки та адаптуванню до фільтрування інформації для сприйняття.

Розвиваючи критичне мислення у формі гри (наприклад «Чи віриш ти...?» та ін.), мозкового штурму на уроках вчитель формуватиме медіаграмотних користувачів та сприятиме генеруванню суспільства, що вміє оцінювати, відфільтровувати інформацію, аналізувати її та критично мислити.

Інформаційні джерела

1. Про затвердження плану заходів з реалізації Стратегії інформаційної безпеки на період до 2025 року: Розпорядження КМУ №282-р від 30.03.2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/272-2023-%D1%80#Text>

2. Мельничук В. Формування медіаграмотності вчителів початкової школи (2023). Система неперервної освіти вчителів початкової школи. Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини.

URL: <https://sno.udpu.edu.ua/index.php/naukovo-metodychna-robota/101-innovatsiyi-v-osviti-zdobutky-ta-perspektyvy/607-formuvannya-mediagramotnosti-vchiteliv-pochatkovoji-shkoli> (дата звернення 01.04.2024)

3. Медіаграмотність у початковій школі: як навчити дітей критично мислити в умовах війни.

MediaSapiens. <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/30281/2022-09-19-mediagramotnist-u-pochatkoviy-shkoli-yak-navchyty-ditey-krytychno-myslyty-v-umovakh-viyny/>

УДК 377.6

DOI:10.5281/zenodo.11874220

І.В. Царьова, д-р філ. наук, проф. (ДДУВС, Дніпро)

А.С. Бескровний, здоб. ОС «бакалавр» (ДДУВС, Дніпро)

РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ, ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ЗГІДНО З ЄВРОПЕЙСЬКИМИ СТАНДАРТАМИ ТА ВИМОГАМИ

Усвідомлюючи зростаючу важливість людського капіталу у сучасному світі та його величезний потенціал для економічного розвитку України Інститут майбутнього вважає необхідністю актуалізацію цього питання у суспільному дискурсі. Екстенсивний підхід влади до людського розвитку частково спостерігається і в сучасній Україні, де переважає ставлення держави до людини як до сталого виробничого ресурсу. Розвиток людини як особистості, розширення її можливостей та потреб перетворення її на повноцінного економічного агента, на жаль, не є пріоритетом влади. А відсутність чіткого усвідомлення суті поняття «людський капітал», розмитість термінології, брак кількісно-якісних оцінок та застаріле сприйняття впливу людського капіталу на економіку, призводять до відсутності його у риторичі влади та політиків чи урядових пріоритетах [1].

По своїй суті людський капітал держави – це сукупність знань, навичок та досвіду людей, їх економічна цінність, перспективність та відповідність як нинішнім потребам суспільства, так і майбутнім. Ефективний розвиток людського капіталу – це своєрідна гра на випередження, за якої людина набуває знання і навички, які не просто відповідають сучасним потребам суспільства та економіки, але й випереджають їх. Лише за такої умови можливий як інтелектуальний чи технічних прогрес у суспільстві, так і збереження конкурентоздатності країни у світі. На жаль, навіть за наявних доволі високих показниках доступності освіти в Україні, культу вищої освіти у суспільстві, розгалуженої мережі наукових установ тощо, наявні освітні та професійні навички українців далеко не завжди відповідають навіть існуючим потребам економіки, а зважаючи на стрімку мінливість сучасного світу, важко розраховувати на те, що їхній наявний людський капітал випереджатиме вимоги часу. Втім насправді це «випередження» в сумі із розширенням людських амбіцій та потреб має надзвичайно потужний вплив на економічне зростання країни. [5].

Людський капітал формує 70% національного багатства розвинутих країн і тільки 30% національного багатства України. Ще гірше те, що поки розвинуті країни свій людський капітал

примножують, Україна його втрачає: демографічні та міграційні втрати, невідповідність освіти та кваліфікації працівників вимогам часу, низькі продуктивність праці та інноваційність економіки ведуть нас до катастрофи. За найоптимістичнішими прогнозами вже через 10 років кількість працездатного населення в Україні зменшиться на 5,5%, а українська економіка фізично не зможе зростати швидше за 2,5% на рік. Наднизька продуктивність праці в Україні продовжить знижуватися, хоча вже зараз один український працівник за рік виробляє стільки ж продукції, скільки німець за 17 днів. Визначення основних причин існуючих проблем та створення дієвої стратегії відновлення людського капіталу – головна умова вже не економічного зростання, а виживання України.

Розвиток персоналу є необхідною умовою функціонування будь-якого підприємства. Одним з основних напрямів розвитку персоналу підприємств є організація взаємопов'язаних процесів розвитку конкурентоспроможних і особистісних здібностей найманого працівника. Розвиток персоналу сприяє зростанню умінь, навичок, знань працівника, підвищує його інтелектуальний, духовний, професійний рівень, все це в свою чергу підвищує конкурентоспроможність найманого працівника на ринку праці[4].

Особливо слід виділити значення умотивованості персоналу для забезпечення його конкурентоспроможності. На основі виявленої диспозиції мотивів поведінки працівників, їм пропонується досить широкий набір стимулів, які б забезпечили їхнє позитивне ставлення до праці й більше високу віддачу. З-поміж них треба назвати програми залучення працівників до управління виробництвом; роботу в цільових групах по розробці перспективних спеціальних проєктів; горизонтальні ротації в рамках фірми і її філій, у тому числі закордонних та ін. Постійний ріст професійної майстерності, придбання знань, навичок і умінь (тобто конкурентоспроможності персоналу), безперервна освіта – об'єктивний процес розвитку персоналу, у тому числі й управлінського. Він диктується вимогами ринку [2].

Основними напрямками професійного розвитку персоналу є його навчання та професійна підготовка. Постійно навчаючись, людина розвиває в собі інтелектуальні здібності, вчиться аналізувати різні процеси, які відбуваються під час виконання конкретної роботи. Для того, щоб навчання було ефективним як для працівників, так і для організації, система професійного навчання повинна краще реагувати на потреби ринку праці, а також збільшувати здатність до інновацій. Професійна підготовка – це цілеспрямований процес навчання потенційних та реальних працівників, з метою здобуття навичок, які

необхідні для виконання їхньої роботи, за допомогою різних форм здобуття професійної освіти, в закладах освіти різних рівнів та професійного навчання на виробництві

Підвищення кваліфікації персоналу повинно бути засобом для підвищення продуктивності праці. Кожен працівник повинен не рідше, ніж раз в 5 років проходити підвищення кваліфікації, відповідно до Закону України «Про професійний розвиток працівників». [3]

Отже, з огляду на викладене, можна припустити, що продуктивні якості та характеристики людини визнані особливою формою капіталу на підставі того, що їх розвиток потребує значних витрат часу та матеріальних ресурсів і що вони, подібно до фізичного капіталу, забезпечують своєму власнику грошовий дохід.

Навчання і підвищення кваліфікації персоналу в даний час повинні носити безперервний характер і проводитися протягом усієї трудової діяльності працівника. Для ефективності безперервного навчання потрібно, щоб працівники були в ньому зацікавлені. Адміністрації необхідно збільшити мотивацію, а також створити клімат, який сприятиме навчанню. Система навчання та підвищення кваліфікації працівників організації буде ефективною лише в тому випадку, якщо вона тісно пов'язана з найважливішими напрямками роботи з управління розвитком персоналу (системою стимулювання праці, оплатою праці, премії, пільги, моральні стимули та ін.), робота з резервом на керівні посади, програмами розвитку персоналу

Інформаційні джерела

1. Азаренкова Г. М. Економіка праці та соціально-трудові відносини: Посібник Київ: “Ліра-К”, 2010. С. 345.
2. Балабанова Л. Управління персоналом: Навчальний посібник. Київ: Професіонал, 2010. 511 с.
3. Барський Ю. М. Конкуренентоспроможність та приріст трудових показників – запорука ефективної діяльності підприємства. *Економічний форум*: [наук. журнал]. Луцьк: ЛНТУ, 2014. Вип. 3. С. 150-159.
4. Виноградський М. Д. Управління персоналом : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2006. 504 с.
5. Управління людськими ресурсами (Понятійно-термінологічний словник) : навч. посіб. Київ : МАУП, 2006. 496 с.

УДК 658:005.342

DOI:10.5281/zenodo.11874338

Є.Л. Чміль, здоб. ступ. PhD (ДБТУ, Харків)

КОНТРОЛІНГ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Контролінг як система інформаційного забезпечення управлінських рішень пройшов довгий шлях розвитку в Європі, від зародження перших ідей у 18 столітті до сучасної практики, що характеризується високим рівнем стандартизації, використанням сучасних інформаційних технологій та розвинутою культурою управління (з 1970-х років). Наразі, змістове навантаження контролінгу в країнах Європи суттєво розрізняється. Так, у Великобританії контролінг більш орієнтований на практичне застосування, тісно пов'язаний з менеджментом та більш націлений на потреби ринку і його ототожнюють зі сферою внутрішньогосподарського (управлінського) обліку. У Німеччині контролінг розглядається як система, що орієнтована на довгострокову перспективу розвитку підприємства та поєднує в собі не тільки управлінський облік і контроль, але й інші складові [1, с. 89]. Понад 90% великих європейських компаній мають у своїй організаційній структурі підрозділ контролінгу, що передбачає виконання переліку додаткових функцій, до яких не входять ведення бухгалтерського обліку, складання балансу, облік податків та страхування, оскільки дані завдання виконує фінансова служба. В Україну термін «контролінг» прийшов з європейських країн на початку 90-х років ХХ сторіччя, що пов'язано з переходом країни до ринкових відносин та необхідністю заміни внутрішнього обліку на ефективну систему прийняття управлінських рішень. Знаходячись на перетині обліку, планування, контролю та аналізу, контролінг займає особливе місце в управлінні підприємством, пов'язує всі функції управління, інтегрує та координує їх, при цьому не замінює управління, а переводить управління на якісно новий рівень [2, с. 93]. Слід зазначити, що поняття «контролінг» на сучасному етапі розвитку економіки не має чіткого визначення, а більшість науковців для трактування сутності контролінгу використовують сім основних категорій: концепція, діяльність, технологія, напрям, інструмент, механізм та система. Проте, актуалізується питання сутності та ролі контролінгу саме в управлінні інноваційним розвитком підприємства. Так, на думку Н. Михайліченко «контролінг інновацій, це складова системи контролінгу з орієнтацією на окремі сфери фінансово-господарської діяльності підприємства, що

здійснює підтримку управління інноваційною системою підприємства шляхом координації, моніторингу, аналізу, методичного та інформаційного забезпечення інноваційних проєктів» [3, с. 164]. Під контролінгом інноваційної діяльності Н. Михайлишин та Н. Мельник розуміють «методику управління інноваційною моделлю розвитку підприємств, спрямовану на вивчення тенденцій розвитку мікро- і макросередовища підприємства, виявлення резервів і удосконалення координації системи управління інноваційною діяльністю з використанням нових інформаційних технологій і сучасних методів прийняття рішень для забезпечення реалізації інноваційного потенціалу підприємства» [4, с. 101]. За цих умов контролінг – це система, орієнтована на успішний розвиток підприємства в майбутньому.

Впровадження контролінгу як сучасного інструменту управління дає можливість оптимізувати процес прийняття рішень у сфері інноваційної діяльності. При цьому, першочерговим завданням контролінгу є налагодження оптимальної взаємодії та взаємозалежності інформаційних потоків між усіма ключовими функціональними сферами управління. Процес управління у загальному вигляді складається з таких основних функцій (планування, організація, мотивація, контроль, координація) та додаткових (інформаційна підтримка, управління ризиками, підвищення інноваційно-інвестиційної привабливості, підтримка трансферу технологій) [5, с. 9]. Важливо зазначити, що не всі функції є однаково важливими для кожного конкретного підприємства, бо перелік та пріоритетність функцій визначаються індивідуальними потребами та особливостями підприємства. Тому роль контролінгу в процесі управління інноваційним розвитком підприємства полягає у створенні системи, яка забезпечує ефективне планування, організацію, мотивацію, контроль і координацію. За допомогою планування встановлюються цілі та завдання інноваційного розвитку підприємства, визначаються необхідні ресурси для інноваційного розвитку та їх розподіл, розробляються плани інноваційного розвитку, встановлюються конкретні показники та параметри, визначається величина та джерела отримання інноваційних ресурсів та напрями їх використання. Організація передбачає формування системи управлінського обліку яка виходить за межі бухгалтерського обліку, і призначена для забезпечення персоналу інформацією для, обліку, оцінки, аналізу інноваційної діяльності підприємства, відображає результати інноваційної діяльності в фінансових і нефінансових показниках. Мотивація полягає в активізації працівників та їх зацікавленні в ефективній роботі для досягнення цілей інноваційного розвитку. За допомогою контролю здійснюється

кількісна та якісна оцінка інноваційного розвитку, розробляються заходи щодо коригування відхилень фактичних результатів від планових значень.

Перехід від концептуального розуміння ролі контролінгу до його практичного впровадження вимагає розробки алгоритму, який забезпечить систематичний та послідовний підхід, з урахуванням трендів сучасності, а саме цифровізації [6, с. 57]. Використання цифрових рішень для контролінгу значно покращує ефективність управління інноваційною діяльністю підприємства, автоматизує рутинні процеси, підвищує точність і своєчасність даних, а також сприяє покращенню комунікації та співпраці між різними підрозділами. Впровадження контролінгу інноваційної діяльності підприємства на засадах цифровізації дає можливість підприємствам не лише оптимізувати свої внутрішні процеси, але й підвищити конкурентоспроможність. Таким чином, застосування європейських практик у сфері контролінгу дозволяє забезпечити послідовність та систематичність у реалізації заходів, спрямованих на покращення управління інноваціями за допомогою сучасних цифрових технологій.

Інформаційні джерела

1. Кащена Н.Б. Контролінг у системі управління економічною активністю торговельного підприємства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2019. Вип. 2 (30). С. 89–101. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/2791>
2. Нестеренко І.В., Чміль Є.Л. Моделювання облікової політики в контексті забезпечення інноваційного розвитку підприємства. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2022. Вип. 1(01). С. 92–99. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.1-15>
3. Михайличенко Н.М. Проблеми визначення кола функцій контролінгу інновацій. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 1. 164–168. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>
4. Михайлишин Н.П., Мельник Н.Г. Контролінг інноваційної діяльності як засіб реалізації інноваційного потенціалу підприємства. *Інноваційна економіка*. 2010. №1. С. 101–105.
5. Чміль Г.Л. Цифровізація діяльності суб'єктів споживчого ринку: можливості та загрози. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія : «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2021. № 13. С. 124–134. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2021-13-13>
6. Нестеренко І.В., Чміль Є.Л. Диджиталізація формування облікової інформації про інноваційну діяльність суб'єктів бізнесу. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2023. Вип. 6 (6), С. 56–62. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.6-11>

УДК 338.3

DOI:10.5281/zenodo.11874414

М.Д. Швагірев, здоб. ступ. PhD (НУ"ОП", Одеса)

ПРОБЛЕМИ НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ЗМІН

Сучасна економіка є поєднанням багатьох країн із різним рівнем розвитку. Вищий рівень займають країни, які вступили до стадії постіндустріального суспільства. Для таких країн характерною є наявність двох секторів економіки. Перший – традиційний. Другий – виробництво інформаційних продуктів та знань. Кожен новий акт споживання у такому секторі стає природною основою розширення такого виробництва. Споживання знань формує нові риси людини. Він відтворюється як суб'єкт нової моделі економіки. Швидкий економічний розвиток стає можливим за низьких темпів зростання матеріального виробництва та накопичення капіталу, забезпечуючи лідерство у світовому господарстві та стабільний, комплексний розвиток суспільного виробництва. Другий рівень утворюють країни, що перебувають у стадії індустріального розвитку. Наголос у своєму розвитку вони роблять на традиційні галузі економіки. Україну можна зарахувати до таких країн. Розрив між цими групами країн постійно збільшується, набуваючи нових форм залежності та загрози для національної безпеки.

Розвиток світової економіки показує, що фінансування наукових досліджень забезпечує перехід на стадію постіндустріального розвитку та лідируючі позиції країни на міжнародній арені. Панування у науково-технологічній сфері веде до забезпечення національної безпеки, панування у світовій економіці [3, с.477]. Вести конкурентну боротьбу на стадії індустріального розвитку можна тільки на основі переваги товару чи послуги. Причому така перевага стає все швидкоплинною. Але загострення конкуренції у світовому господарстві не може гарантувати надійну національну безпеку, довготривале лідерство без постійного підживлення виробництва новими технологіями та продуктами [1, с.90-92]. Тому зростає роль науково-технологічного потенціалу. Одним із найважливіших компонентів потенціалу є науково-технологічні знання. Він не лише забезпечує розвиток традиційних секторів економіки, а й створює умови для переходу на нову стадію розвитку. Розуміння цієї залежності призводить до цілеспрямованої науково-технологічної політики у розвинутих країнах. Головна мета такої політики – створення умов та механізму передачі

інновацій у виробництво, комерційне освоєння науково-технологічних досягнень.

Інструментом підвищення науково-технічного потенціалу на мікрорівні є науково-технічна політика підприємства, що реалізується через створення великих науково-дослідних центрів у рамках підприємства, проведення політики поглинання малих інноваційних фірм та вихід на зовнішні ринки науково-технологічних знань. При цьому необхідна тісна координація науково-технологічної політики з виробничою та маркетинговою стратегією [2, с.66]. Необхідність використовувати обидва канали пов'язана із закономірностями розвитку науково-технологічних знань і, насамперед, непередбачуваністю та нерівномірністю отримання нових знань.

В умовах загострення конкуренції підприємства дедалі частіше використовують експорт капіталу як проникнення на нові ринки, доступу до нових наукових знань, інформації. Вирішальними умовами припливу прямих зарубіжних інвестицій у країну є: глобальна орієнтація стратегії розвитку підприємства, суспільно-політичні умови та перспективи економічного зростання країни-імпортера капіталу, час окупності інвестицій. Країни, що приймають, можуть впливати лише на два останні фактори за рахунок реформування економічної системи, зниження рівня інфляції, правового захисту іноземних інвестицій та гарантій власності, пільг для іноземних інвесторів.

Україна має великий науково-технічний потенціал, який може використовуватися для розвитку високотехнологічних виробництв, підвищення конкурентоспроможності продукції та економіки в цілому, переходу на стадію постіндустріального розвитку. Проте соціально-економічна криза та трансформація відносин власності призводить до низки проблем у розвитку науково-технічної сфери та національної економіки загалом. Насамперед, вони пов'язані з недостатнім обсягом фінансування науки та слабким досвідом реалізації готових до використання наукових знань (незнання ринку, відсутність маркетингових знань тощо). Друга проблема пов'язана із попитом на наукові знання українських підприємств. Нестача коштів навіть для оплати поточних витрат призводить до того, що нові технології практично не впроваджуються у виробництво. Виникає проблема залучення інвестицій та їхньої окупності у високотехнологічні галузі. Розраховувати на вітчизняний капітал особливо не доводиться через низьку рентабельність більшості підприємств, брак фінансових ресурсів навіть для забезпечення поточної діяльності.

Часткове вирішення проблеми одержання нових технологій досягається за рахунок залучення високотехнологічного іноземного

капіталу. Для України особливо важливим є інвестування в оборонно-промисловий комплекс в умовах військової агресії. Передача технології може здійснюватися багатьма каналами: патентні угоди, ліцензійні контракти, контракти «ноу-хау», центри кооперативних наукових досліджень, спільні підприємства, прямі інвестиції іноземних фірм, контракти «під ключ», консультування, навчання кадрів, лізинг, продаж машин, обладнання та ін.

Національний підхід до технічного регулювання повинен створювати сприятливі умови для модернізації економіки. Застаріле, неефективне обладнання, продукція і товари повинні бути вилучені з обігу в Україні. І вводиться в обіг нове прогресивне, оскільки їх розміщення вже багато років є обов'язковим в цивілізованих країнах. І, перш за все, мова йде про продукт, який довів свою корисність як в теорії, так і на стійкій практиці, а не в результаті впровадження "ноу-хау", яке не в повній мірі довело свою життєздатність і ефективність з точки зору розрахунку витрат та вигоди.

В першу чергу, мова йде про виробниче обладнання, оскільки неможливо забезпечити розвиток і конкурентоспроможність національної економіки на основі застарілих і неефективних технологій.

Управлінські рішення уряду повинні сприяти не тільки фізичному відновленню і реабілітації всіма можливими способами, а й компенсації морального зносу і технічної відсталості України.

Також дуже важливим у контексті європейської інтеграції є прийняття таких рішень, які стосуються не лише національних, а й глобальних викликів. Україна повинна відновити соціально-економічне життя, яке продовжує руйнуватися в результаті агресії, та побудувати нову економіку, засновану на кращих технологіях і практиках. Розробляючи нові технічні регламенти, треба прагнути не тільки виконати зобов'язання з євроінтеграції держави, важливо створити ефективні механізми, що сприятимуть обігу енергоефективної продукції на внутрішньому ринку, як усвідомлений вибір населення.

Інформаційні джерела

1. Захарченко В.І. Меркулов М.М., Ширяєва Л.В. Економічна безпека і конкурента розвідка: навчальний посібник. Одеса: Бахва, 2018. 520 с.
2. Захарченко В., Величко М. Загальні підстави сучасного науково-технологічного розвитку. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*, 2019. Т.18. Вип.1. С. 57-68.
3. Федулова Л.І. Технологічна політика: глобальний контекст та українська практика: монографія. Київ: КНТЕУ, 2015. 844с.

УДК 330.342:1(477)

DOI:10.5281/zenodo.11874546

Б.М. Шевчик, д-р. екон. наук, проф. (ЛТЕУ, Львів)

АКСІОЛОГІЧНА ФУТУРОСИНЕРГЕТИКА ЄВРОПЕЙСЬКИХ ВИМІРІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА І ДОБРОБУТУ

Геній Заходу проявився у творенні матеріальної цивілізації утилітарно-гедоністичного комфорту, де ринкова економіка є іншою назвою суспільства. Те, що звично визначають як інтелектуальний капітал, є антропогенним ресурсом вдосконалення середовища природи як розширеного горизонту задоволення потреб. Економічна система майбутнього, яка постане результатом розвитку інформаційних технологій, визначається нами як нооекономіка.

Якщо матеріальна економіка та її інформаційна складова (інфо-нано-нейро-біо-когні-цифрові технології та штучний інтелект) є наукою і практикою дослідження і вдосконалення умов існування людини у світі, то нооекономіка є вченням і діяльністю становища людини (безпосередньо самої людини, глибин її душі і станів її свідомості, а не зовнішніх природних обставин її існування у світі). Становлення Заходу як матеріальної цивілізації та ринкової економіки, безпосередньо пов'язано із домінуванням циклу чуттєвої культури, для якої ментальність (а отже, потреби) спрямовані назовні; екзистенцією турботи стає зовнішній світ, який штучно змінюється через техніку. Становлення нооекономіки пов'язано із домінуючим становищем циклу ідеаційної культури. Які економічні фактори сучасного світу спричинять флуктуацію соціокультурної динаміки заміщення циклу чуттєвого типу культури і ментальності ідеаційним, що передбачає розвиток нооекономіки та, в підсумку, – ноуменальної цивілізації?

Високий рівень матеріального добробуту західних суспільств зумовили: ринковий обмін, як децентралізований міновий континуум зворотно-транзитивних еквівалентностей, та індустріальне виробництво як науково-винахідницький спосіб інтенсифікації енерговидобутку. Економічний розвиток – це видирання вгору Великим Енергетичним Ланцюгом на основі дифузії інноваційних технологій та творчих деструкцій. Застосування машин спресовує час та розширює простір: кожна нова машина покликана скоротити тривалість робочого часу, розширивши географію ринку. До якої межі можна скорочувати робочий час? – До тієї межі, яка ще фіксується чуттєвими рецепторами людини як матеріальна дійсність, бо час – це форма руху матерії і такою межею є миттєвість, доля секунди. Оскільки вартість товару, за

рікардіанською формулою, прямо пропорційна протяжності трудового акту, що фіксується в часі і через це виражається грошовою сумою, то постає питання: як об'єктивно виражати вартість товару, виробленого протягом миті, де миттєвість – це абсолютна часова дискретність матеріальної дійсності, котра не виражається жодним кількісним детермінізмом? Як рахувати те, що не може бути об'єктивно виражене числом? І як оплатити вартість праці у долі секунди? Оскільки через скасування протяжності робочого часу витрати не були конвертовані у вартість результату затратно-енергетичним чином, постає питання ціни ринкової пропозиції, адже скасування часу анулює субстанційний вимір вартості – працю як процес, що послідовно фіксується кількісними показниками? А без ціни пропозиції немає ринку як соціального інституту. Ідея суспільства як ринку (чим власне і є суспільство) виявляється фікцією. Чи таке можливо? У діапазоні миттєвості товари виробляються із нульовими граничними витратами, по-суті – на безвитратній основі, де норма амортизації дорівнює нулю. Такий гіпотетичний (але не фантастичний) спосіб виробництва змінює природу предмета економіки: це вже не діяльність людей в умовах світу як дефіциту, з якого виростає вартість і ринок. Це світ тотального надлишку, де пропозиція завжди перевищує попит. Як можна оплачувати надлишок? Чи існують у природі блага, недетерміновані матеріально? – Так, це інформація – необмежений продукт інтелектуального споживання. Щоб наділити цей продукт рідкісністю, а отже цінністю із зобов'язанням оплати, треба його обмежити штучно, спеціально, що суперечить цінності людської свободи вільного доступу до інформації. Якщо економічні суперечності минулих епох стосувалися праці і ренти, праці і капіталу, то у майбутньому це може бути суперечність між інтелектуальною рентою та екзистенційною свободою.

Нульові граничні витрати та недетерміноване часом інтелектуальне виробництво (оскільки думка уприсутнюється у свідомості миттєво) роблять досяжною безконечність як патерн людських відносин, адже споживачами одного сказаного слова може стати незліченна слухачка аудиторія. Тут фактором дефіциту виступає не час, не простір і не енергія. Тут має місце лише когнітивний детермінізм свідомості – особисте неучтво людини, яка не розуміє зміст слова, не уявляє образний модус запропонованого тексту, його семантичний сенс. Це детермінізм духовний – плебейство, тварність. Суперечність між інтелектуальною рентою та екзистенційною свободою відрізнятиметься від попередніх тим, що вона не буде формою виробничих відносин.

Мова йде не про дохід від інженерно-технологічного проекту інтенсифікації енерговидобутку, а про гуманітарний проект розвитку свідомості, саморефлексії, пізнання себе. Проте, з іншого боку, пропозиція послуги має бути монетизована як дохід. Але як визначати його величину, коли немає ні просторових, ні часових, ні енергетичних кількісних показників його підрахунку? А оскільки ринок є місцем руху еквівалентних транзитивностей монетизованих вартостей, то як визначити пропорційність екзистенційної значущості онтологічної новизни інтелігібельних текстів художньо-образної творчості, якими люди обмінюються як засобами життя? Оскільки через натхнення образно опредметнюється когнітивна істина, то постає питання: чи може мати істина ринкову ціну, якщо вона приходить як дар чистої благодаті, людиною особисто не заслуженою, тобто безвитратно? Що пропонує автор як істину: властивість пізнаної речі-у-собі (тоді можна умовно говорити про когнітивні затрати та емпіричні зусилля гіпотетичної монетизації), чи архетипову континуальність власної душі, її іманентну таємницю, аксіологічно розгорнутий сенс волі до ідеального-у-собі? Якою грошовою сумою виражати цю континуальність? Яким числом зафіксувати безконечність? В межах ринкової парадигми обміну це неможливо. Залишається обмін символічний. Цей тип обміну характеризується принциповою нееквівалентністю обмінюваного: величина вартості дарунку-у-відповідь завжди менша, ніж пропозиція надлишку блага. Тому символічний обмін є формою комунікації у системі культури провини, а не культури сорому, де еквівалентність мінових трансакцій є модусом гідності. І це логічно, бо істиною не торгують, монетизованому обміну підлягають лише фахові компетентності, продавцем яких є софіст, а не когнітарій.

Пізнаючи природу, людина здійснює владу над нею, щоб властивості речовини стали матеріалом ідеального як дійсного. Миттєвість як тотальність – квінтесенція цієї влади. Істина – це тотальна пропозиція Буття, озвучена у Слові. Поступальність мислення, поетапність думки – неуникна, детермінізм часу, що провадить до Кінця – нездоланий. Тотальність Буття можлива лише одним-єдиним чином: у миттєвості озвученої Словом Істини, спожитої свідомістю кожного, здатного збагнути нове, відтворивши як ідеальне – скарб душі, світло внутрішньої безконечності. Тоді безконечність внутрішня – пережита, – поєднується із безконечністю зовнішньою – усвідомленою, – і вселенськість буття стає подією світу. Той, хто словом творить такі світи, набуває статусу автентичної особистості, позбавленої турботи виживання, – когнітарієм. Діяльність когнітаріїв – це нооекономіка.

УДК 005.31:519.83

DOI:10.5281/zenodo.11874811

Л.В. Шелудько, канд. екон. наук, доц. (ДБТУ, Харків)

ВИКОРИСТАННЯ ГЕОІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ У МЕТОДОЛОГІЇ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА ПРОДОВОЛЬЧУ БЕЗПЕКУ

Продовольча безпека є одним з ключових аспектів стабільного розвитку будь-якої країни. Вона забезпечує фізичний та економічний доступ населення до достатньої кількості безпечної та поживної їжі для підтримки активного і здорового життя. В умовах глобальних викликів, таких як зміни клімату, демографічний ріст, урбанізація та політична нестабільність, забезпечення продовольчої безпеки стає все більш складним завданням. Недостатня продовольча безпека призводить до голоду, недоїдання та загального погіршення якості життя населення, що, у свою чергу, негативно впливає на соціально-економічний розвиток.

Геоінформаційні системи (ГІС) є потужним інструментом для аналізу та візуалізації складних даних. Вони дозволяють інтегрувати різноманітні джерела даних, включаючи економічні, соціальні та екологічні показники, і представляти їх у вигляді карт та геопросторових моделей. Це сприяє виявленню просторових закономірностей та кореляцій, які можуть бути прихованими при традиційних методах аналізу. Використання ГІС у дослідженні впливу тіньової економіки на продовольчу безпеку дозволяє ідентифікувати географічні області з високим ризиком, оцінити ефективність державних політик та розробити цільові заходи для покращення ситуації. В умовах глобалізації та цифровізації ГІС стають незамінним інструментом для прийняття обґрунтованих рішень та стратегічного планування у сфері продовольчої безпеки.

Дослідження взаємозв'язку між тіньовою економікою та продовольчою безпекою свідчать про значний вплив нелегальних економічних практик на доступність та стабільність продовольства. Згідно з дослідженнями Abed G.T. & Gupta S. [1], високий рівень тіньової економіки призводить до нестабільності ринків продовольства та збільшення цін на продукти харчування. У контексті України, ГІС використовуються для аналізу соціально-економічних явищ, включаючи продовольчу безпеку та тіньову економіку. Останні дослідження показують, що тіньова економіка має значний вплив на продовольчу безпеку, особливо у країнах з високим рівнем нелегальної

економічної активності. Використання ГІС для аналізу цих взаємозв'язків є перспективним напрямом, що дозволяє проводити комплексний аналіз та розробляти ефективні стратегії для поліпшення продовольчої безпеки. В Україні цей підхід вже почав застосовуватися, і подальші дослідження можуть сприяти глибшому розумінню та вирішенню проблем, пов'язаних з тіньовою економікою та продовольчою безпекою.

Геоінформаційні системи (ГІС) — це інтегровані комп'ютерні системи, що забезпечують збирання, зберігання, аналіз, управління та візуалізацію географічних (просторових) даних. Основні компоненти ГІС включають апаратне забезпечення, програмне забезпечення, дані, методи та користувачів.

ГІС працює з двома основними типами даних — растровими (піксельні зображення, наприклад, супутникові знімки) та векторними (точка, лінія, полігон, що представляють об'єкти, такі як будівлі, дороги, території).

Існують такі можливості ГІС:

- Картографування та візуалізація: ГІС дозволяє створювати високоякісні карти та графічні моделі, що допомагають візуалізувати просторові дані та тенденції.

- Аналіз просторових даних: ГІС може виконувати різноманітні види аналізу, такі як топографічний, гідрологічний, земельний, соціально-економічний та інші.

- Просторовий запит: ГІС надає можливість виконувати запити та аналізувати дані на основі географічних критеріїв (наприклад, визначення відстані між об'єктами, виявлення зон ризику).

- Моделювання та прогнозування: Використання ГІС для створення моделей та симуляцій, що допомагають передбачати майбутні сценарії та оцінювати потенційні наслідки різних дій або подій.

Визначення географічних показників та змінних для аналізу

- Аналіз доступності продовольства в залежності від доходів населення у різних регіонах.

- Виявлення зв'язку між рівнем безробіття та виробництвом/споживанням продуктів харчування.

- Оцінка вразливості населення та їхнього доступу до продовольства.

- Визначення місцезнаходження тіньових економічних об'єктів та їх вплив на місцеві ринки продовольства.

Використання ГІС дозволяє ефективно візуалізувати та аналізувати географічні закономірності впливу тіньової економіки на продовольчу безпеку. Інтеграція геоінформаційних технологій у дослідження дозволяє здійснювати комплексний аналіз проблеми та розробляти більш ефективні стратегії боротьби з тіньовою економікою для покращення продовольчої безпеки.

Основними напрямками для подальших досліджень з використанням ГІС є:

1. Глибший аналіз впливу тіньової економіки на продовольчу безпеку: дослідження специфічних механізмів впливу тіньової економіки на рівень доступності, стабільності та якості продовольства в різних регіонах.

2. Вивчення регіональних відмінностей та контекстуальних факторів: аналіз різниці у впливі тіньової економіки на продовольчу безпеку між різними регіонами та розвиток стратегій, що враховують конкретні контекстуальні особливості.

3. Розробка прогностичних моделей та сценаріїв: створення моделей, які передбачають майбутні тенденції розвитку тіньової економіки та її вплив на продовольчу безпеку для розробки стратегій запобігання кризам та вдосконалення політики.

Розвиток методології та інструментів ГІС для аналізу складних соціально-економічних проблем, а саме впливу тіньової економіки на продовольчу безпеку:

1. Удосконалення методів візуалізації та аналізу даних: розробка нових алгоритмів та підходів для більш точного та ефективного виявлення географічних закономірностей великих обсягів даних.

2. Інтеграція розумних технологій та штучного інтелекту: використання штучного інтелекту для автоматизації процесів аналізу даних та прогнозування тенденцій впливу тіньової економіки на продовольчу безпеку.

3. Розвиток відкритих даних та спільної роботи: сприяння ініціативам з відкритих даних та спільними дослідницькими проектами для обміну даними та ресурсами та спільного вирішення складних соціально-економічних проблем.

Ці напрямки та розвиток методології та інструментів ГІС відкривають нові можливості для подальших досліджень у галузі впливу тіньової економіки на продовольчу безпеку та для більш ефективного розв'язання цих проблем у майбутньому.

Інформаційні джерела

1. Abed, G. T., & Gupta, S. (Eds.). (2002). Governance, Corruption, and Economic Performance. International Monetary Fund.

УДК 330.341.1

DOI:10.5281/zenodo.11875037

Л.В. Шовкун - Заблоцька, канд. екон. наук., доц. (ДБТУ, Харків)

З.М. Шовкун, здоб. ОС «бакалавр» (ДБТУ, Харків)

КЛАСИФІКАЦІЯ ІННОВАЦІЙ ТА ЇХ СПЕЦИФІКА

Успішний розвиток підприємств у сучасних мінливих та нестабільних умовах господарювання, обумовлених економічними трансформаціями у світі та військовим вторгненням в нашу країну, є неможливим без запровадження інновацій у всіх напрямках та сферах їх діяльності - організаційній, управлінській, технічній, технологічній, виробничій, соціальній, екологічній та інших.

Саме тому, управління інноваційною діяльністю сьогодні набуває особливу актуальність і значення на мікро, мезо та макрорівнях. Для ефективного керування інноваційною діяльністю необхідне ретельне і більш детальне вивчення інновацій. Результативність способів і засобів керуючого впливу визначається класифікацією інновацій, її науковою обґрунтованістю.

Важливим етапом вивчення нововведень є їх класифікація за низкою певних ознак. Інновації можна класифікувати залежно від їхньої природи та впливу на ринок.

Першим вченим, який поділив інновації на окремі групи, був Й. Шумпетер. Він виділив 5 типів інновацій таким чином: 1) виробництво нового продукту або продукту з якісно новими властивостями; 2) впровадження нового засобу виробництва, в основу якого покладено нове наукове відкриття або новий підхід щодо комерційного використання продукції; 3) застосування нових матеріалів; 4) освоєння нового ринку збуту певною галуззю промисловості країни; 5) впровадження нових організаційних форм [1].

Послідовники Й. Шумпетера розширили подану ним класифікацію. Одним з таких вчених є Я. Ван Дайн, який до цих 5 типів додав інфраструктурні інновації, тобто інновації, які пов'язані зі змінами в галузях інфраструктури [2].

Подальший розвиток інновацій та інноваційної діяльності призвів до виникнення розгалуженої системи класифікацій. Слід зауважити, що в Україні досі не існує єдино прийнятої системи класифікації інновацій. Розглянемо, які види інновацій виділяють сучасні науковці.

Різні вчені подають своє бачення класифікації та виділяють свої ознаки та критерії. Деякі вчені виділяють до 25 класифікаційних ознак.

Незважаючи на таку різноманітність, потрібно виділити основні ознаки, які ми зустрічаємо у більшості науковців. Так, перша класифікація базується на ступені новизни інновацій, де можна виділити інкрементальні, радикальні та революційні інновації. Інкрементальні інновації зазвичай вдосконалюють існуючі продукти або послуги, тоді як радикальні та революційні змінюють засади функціонування ринку.

Крім того, інновації можна класифікувати залежно від сфери застосування. Така класифікація включає технологічні, соціальні, економічні та організаційні інновації. Технологічні інновації пов'язані з впровадженням нових технологій або методів виробництва, соціальні - зі змінами у способі життя та взаємодії людей, економічні - зі створенням нових бізнес-моделей або ринків, а організаційні - зі змінами в управлінні та організаційній структурі. Крім того, інновації можна розділити на продуктові та процесні. Продуктові інновації стосуються вдосконалення або створення нових товарів або послуг, тоді як процесні інновації охоплюють удосконалення або зміну виробничих процесів.

Ще однією важливою класифікацією інновацій є їхня стадія життєвого циклу. Ця класифікація включає в себе інновації, які знаходяться на різних етапах розвитку – від початкового впровадження до стабільного фази ринкової зрілості.

У кожній з цих класифікацій інновацій можна виявити свої характеристики та специфіку, які впливають на їхню природу, впровадження та вплив на ринок та суспільство в цілому [3].

Враховуючі вищезазначене, вважаємо актуальними та дуже нагальними запровадження інновацій у вітчизняних підприємствах з метою швидкого подолання «технологічного розриву» із економічними країнами світу. Це дозволить перебудувати підприємства на новий шлях розвитку, виробляти продукцію, яка за своїми якісними та вартісними характеристиками буде конкурентоспроможною на світових ринках.

Інформаційні джерела

1. Йозеф Алоїс Шумпетер (Joseph Alois Schumpeter).
URL:<http://visionary.management.com.ua/management/jozef-alois-schumpeter-joseph-alois-schumpeter/>

2. Duijn Van. The Long Wave in Economic Life. Be economist 125. N4: 1977. P. 544-576

3. Білоусько Р.С. Інновації в забезпеченні конкурентоспроможності аграрних підприємств. *Механізми забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, перспективи, міжнародний досвід*: матер. III Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Харків. 10 листопада 2022 р. Харків, ДБТУ. 2022. С.45-47.

Наукове електронне видання
Можна використовувати в локальному та мережному режимах

**РОЗВИТОК БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ
ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ:
ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ, СТРАТЕГІЧНІ
ПРІОРИТЕТИ, РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

**Матеріали
Міжнародної науково-практичної конференції**

07 червня 2024 року

Видано в авторській редакції

Відповідальні за випуск: В.А. Гросул
С.О. Зубков
С.М. Сукачова
Т.Ю. Білоусько
Я.М. Котко

Комп'ютерна верстка: Т.Ю. Білоусько

Підп. до друку 17.06.2024 р. Об'єм даних 4,12 Мб.

Державний біотехнологічний університет
Вул. Алчевських, 44, Харків, 61002