

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника (Україна)
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана (Україна)
Львівський торговельно-економічний університет (Україна)
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу (Україна)
Західноукраїнський національний університет (Україна)
Національний університет «Львівська політехніка» (Україна)
Державний університет «Житомирська політехніка» (Україна)
Миколаївський національний аграрний університет (Україна)
ВП НУБіП України «Бережанський агротехнічний інститут» (Україна)
Івано-Франківська міська рада (Україна)
Бізнес асоціація Івано-Франківська (Україна)
Scientific Center of Innovative Research OÜ (Estonia)
Radboud Universiteit Nijmegen (Netherlands)
WSHIU Akademia Nauk Stosowanych (Poland)
University of Minnesota (USA)
Division of Health Policy and Management | University of Minnesota (USA)
Center for Healthy Aging and Innovation (USA)
Young America Capital, LLC (USA)
UpHealth, Inc (NYSE: UPH) (USA)
Opus Exec, CFO (USA)
Airo Group, Inc (USA)

Збірник тез доповідей

**Міжнародної науково-практичної конференції
«ПІДПРИЄМНИЦТВО ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ:
ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ»,
присвяченої 60-річчю кафедри підприємництва, торгівлі
та прикладної економіки**



**20 листопада 2023 р.
м. Івано-Франківськ**

УДК 005.342(477)]330.1-029:3“364”(043.2)

ПЗ2

Рекомендовано до друку вченою радою економічного факультету
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника
Протокол № 8 від «13» грудня 2023 р.

Матеріали друкуються в авторській редакції. Відповідальність за науковий рівень публікацій, обґрунтованість висновків, достовірність результатів, наявність плагіату несуть автори.

ПЗ2 Підприємництво під час війни в Україні: виклики та можливості: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 60-річчю кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки. Електронне видання. Івано-Франківськ : Прикарпат. нац. ун-т ім. В. Стефаника, 2023. 358 с.
ISBN 978-966-640-548-0

Матеріали конференції є результатом наукового аналізу, узагальнення та формулювання висновків з питань підприємництва під час війни в Україні. Вони надають можливість краще розуміти виклики і перспективи його розвитку та створюють підґрунтя для формулювання рекомендацій. Матеріали є цінним ресурсом для прийняття обґрунтованих рішень та розроблення ефективної політики у сфері підприємництва в умовах нестабільності.

Ці матеріали спрямовані на практичне та теоретичне осмислення теми конференції та можуть бути корисними для різних аудиторій, зокрема, керівників підприємств, установ, організацій; науковців, викладачів та інших зацікавлених сторін.

УДК 005.342(477)]330.1-029:3“364”(043.2)

ISBN 978-966-640-548-0

© Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника, 2023

ОРГКОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

Голова оргкомітету:

Ігор Цепенда – д.політ.н., проф., ректор Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Співголова оргкомітету:

Петро Куцик – д.е.н., проф. ректор Львівського торговельно-економічного університету.

Заступники голови оргкомітету:

Валентина Якубів – д.е.н., проф., перша проректора Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Оксана Олійник – д.е.н., проф., перший проректор Державного університету «Житомирська політехніка».

Едуард Лапковський – к.мед.н., доцент, проректор з науково-педагогічної роботи Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Надія Пилипів – д.е.н., проф., завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Секретар оргкомітету:

Володимир Стефінін – к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Члени оргкомітету:

1. Іван Баланюк – д.е.н., проф., завідувач кафедри обліку і оподаткування Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

2. Іван Благун – д.е.н., проф., декан економічного факультету Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

3. Тарас Гнатюк – к.е.н., доц., заступник декана економічного факультету Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

4. Галина Гривнак – засновниця фінансової компанії Fin Impact, член правління Бізнес Асоціації Івано-Франківська.

5. Леся Дмитришин – д.е.н., проф., завідувач кафедри економічної кібернетики Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

6. Ольга Ємець – к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

7. Альона Ключник – д.е.н., проф., завідувач кафедри публічного управління та адміністрування і міжнародної економіки Миколаївського національного аграрного університету.

8. Омелян Левандівський – д.е.н., проф., завідувач кафедри фінансів Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

9. Руслан Марцінків – міський голова Івано-Франківська.

10. Михайло Мацола – к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

11. Сергій Надвичний – д.е.н., проф., директор навчально-наукового центру з організації освітнього процесу Західноукраїнського національного університету.

12. Ірина Перезова – д.е.н., проф., завідувач кафедри підприємництва та маркетингу Івано-Франківського державного технічного університету нафти і газу.

13. Олена Петрик – д.е.н., проф., завідувач кафедри аудиту Київського національного економічного університету.

14. Назарій Попадинець – д.е.н., старший дослідник, заступник директора з науково-педагогічної роботи Відокремленого структурного підрозділу «Навчальнонауковий інститут просторового планування та перспективних технологій Національного університету «Львівська Політехніка».

15. Ірина П'ятничук – к.е.н., доцент., завідувач кафедри управління та бізнес-адміністрування Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

16. Михайло Романюк – д.е.н., проф., завідувач кафедри менеджменту і маркетингу Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

17. Тарас Романюк – к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

18. Михайло Смушак – к.е.н., доц., заступник голови ІваноФранківська – директор департаменту інфраструктури, житлової та комунальної політики.

19. Світлана Судомир – д.е.н., проф., професор кафедри економіки і менеджменту, завідувач відділу навчально-науково-інноваційної діяльності ВП НУБіП України. «Бережанський агротехнічний інститут».

20. Юрій Ціжма – к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

21. Діана Шеленко – д.е.н., проф., професор кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

22. Віталій Шкроміда – к.е.н., доц., заступник декана економічного факультету Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

23. Sergii Grytsiuk - Dr., postdoctoral researcher, Radboud University, Nijmegen, Netherlands.

24. Kolisnichenko Paulina – Doctor of Economic Sciences, Vice Rector for International Cooperation, WSHIU Academy of Applied Sciences, Poznan, Poland.

25. Iryna Mihus, – Dr. Professor, Director, Scientific Center of Innovative Research OÜ, Estonia.

26. Mariya Pylypiv – PhD Founder & Member of the Board of Directors at UpHealth Inc (NYSE: UPH) Co-CEO and CoFounder at Opus Exec CFO at Airo Group Independent Investment Banker at Young America Capital, LLC, USA.

27. Tetyana Pylypiv Shippee, – Ph.D., FGSA Professor, University of Minnesota School of Public Health Associate Director of Research, Center for Healthy Aging and Innovation Co-Director, CTSI-ED KL2 Scholar Career Development Program Division of Health Policy and Management | University of Minnesota, USA.

Зміст

Напрямок 1. Роль жінок у підприємництві під час війни: досягнення та виклики.

<i>Іваненко В.С.</i>	ЖІНКИ-ПІДПРИЄМНИЦІ ПІД ЧАС ВІЙНИ: ДОСЯГНЕННЯ ТА ВИКЛИКИ	12
<i>Курепін В.М.</i>	ЖІНКИ В МІСЦЕВОМУ САМОВРЯДУВАННІ: ЖІНОЧЕ ЛІДЕРСТВО ПІД ЧАС ВІЙНИ	14
<i>Мацькевич А.О.</i>	ЖІНОЧЕ ЛІДЕРСТВО В УМОВАХ ВІЙНИ: АНАЛІЗ РОЛІ ЖІНОК У ПІДПРИЄМНИЦТВІ ПІД ЧАС ВОЄННИХ КОНФЛІКТІВ	17
<i>Пилипів Н.І., Пилипів І.В., П'ятничук І.Д.</i>	РОЗВИТОК ТА ПОСИЛЕННЯ РОЛІ ЖІНОК В УКРАЇНІ : ВІД ПЕРЕДОВОЇ ДО БІЗНЕС-ЛІДЕРСТВА	19

Напрямок 2. Гендерна рівність та роль громадського сектору в підприємництві під час війни: досягнення та завдання.

<i>Shipree, T. Pylypiv</i>	GENDER EQUITY AND THE ROLE IT PLAYS FOR BUSINESS DEVELOPMENT	23
<i>Костючок Р.П.</i>	ФАКТОРИ, ЩО ЗУМОВЛЮЮТЬ ГЕНДЕРНУ НЕРІВНІСТЬ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ	25
<i>Ключник А.В., Гринюк Є. О.</i>	ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ - ЗАПОРУКА УСПІШНОГО ТА СТАЛОГО БІЗНЕСУ	27
<i>Курган Ю.О.</i>	УПРАВЛІННЯ ГРОМАДСЬКИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ ТА ЇХ ПСИХОЛОГІЧНА СТІЙКІСТЬ ПІД ЧАС ВІЙНИ	29
<i>Ляхович Х.І.</i>	УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМИ ПРОЄКТАМИ, СПРЯМОВАНИМИ НА ПІДТРИМКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	32
<i>Пилипів Н.І. Подяча Я. В.</i>	КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ДІЛОВОЇ ЕТИКЕТ-ОСНОВА СТАБІЛЬНОГО БІЗНЕСУ	34
<i>Сидорук Д.В.</i>	МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИНЦИПУ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ	37
<i>Слатвінська Л. А.</i>	РОЛЬ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	39
<i>Цюпа О.П. Плець І.І.</i>	ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	42

Напрямок 3 Штучний інтелект та інновації в умовах війни: можливості та обмеження.

<i>Bohashko O. L.</i>	INDICATORS OF INNOVATIVE ACTIVITY IN THE ECONOMY	46
<i>Буртняк І.В., Кушнір О.С.</i>	РОЗВИТОК ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В УКРАЇНІ В ПЕРІОД ВІЙНИ	48
<i>Буртняк І.В., Кашевський Р.М., Фуфалько О.Ю.</i>	ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ В ЕКОНОМІЦІ	51
<i>Гоцуляк К.І., Гоцуляк В.А.</i>	СУЧАСНІ МЕТОДИ НАВЧАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВІЙНИ	53
<i>Гресько А.М.</i>	ВИКЛИКИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ АКТИВНОЇ ФАЗИ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ 2022 – 2023 РР.	56
<i>Ємець О. І.</i>	ІНТЕГРАЦІЯ СИСТЕМИ БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ ІЗ ШТУЧНИМ ІНТЕЛЕКТОМ	59

<i>Кавун-Мошковська О.О.</i>	ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ: МОТИВИ ТА НАПРЯМИ ЗАСТОСУВАННЯ В МЕРЕЖЕВІЙ ТОРГІВЛІ	62
<i>Пилипів Н.І., Магмет О. В.</i>	ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ	64
<i>Олексенко Л.В.</i>	ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ В ПЕРІОД ВІЙНИ В УКРАЇНІ	67
<i>Сидорів С.М.</i>	APPLYING ARTIFICIAL INTELLIGENCE AS THE FACTOR TO SUSTAIN INCLUSIVE EDUCATION IN UKRAINE	69
<i>Степовий С.М.</i>	ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ: ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЇ В СФЕРІ ФІНАНСОВОГО АУДИТУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	72
<i>Устинська Н. В.</i>	ЯК ПОБУДУВАТИ КАР'ЄРУ МРІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ	75

Напрямок 4. Соціальний вплив підприємництва в зонах війни: досвід України.

<i>Бринзей Б. С., Хльоупек Д.С.</i>	КІБЕРБЕЗПЕКА ПІД ЧАС ВІЙНИ: ДОСВІД УКРАЇНИ	78
<i>Гудзик Д.Л., Федущак І.Р.</i>	РОЛЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВІДНОВЛЕННЯ ТА ПІДТРИМКА ПІДПРИЄМСТВ	80
<i>Зозуля О.В., Іваненко Т.Я.</i>	ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	83
<i>Прогонюк Л.Ю.</i>	АКТУАЛЬНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	85

Напрямок 5. Розвиток стартапів у військових зонах: виклики та інновації.

<i>Волошинюк В. І</i>	РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ В УМОВАХ ВІЙНИ	89
<i>Герчанівська С.В.</i>	РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	91
<i>Малишівський Т.В., Стефінін В.В.</i>	АДАПТАЦІЯ ДОСВІДУ ПРОГРАМИ “ЙОЗМА” ЯК КЛЮЧОВА ПЕРЕДУМОВА РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ В ПЕРІОД ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ	92

Напрямок 6. Внесок бізнесу в розвиток громад: соціальна відповідальність та благодійність.

<i>Беженар І.М.</i>	СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ У ВИРІШЕННІ ПРОБЛЕМ ГРОМАД	96
<i>Герасимів З. М.</i>	ЗНАЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ГРОМАД	99
<i>Григорів О.О., Скидан М.Ф., Дідушко М.І.</i>	РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ЕКОНОМІЦІ	101
<i>Довганюк Н.П.</i>	КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ВІЙНИ	103
<i>Кормишкін Ю.А., Москаль І.В.</i>	ІНТЕГРАЦІЯ ЕЛЕМЕНТІВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ПОСЛУГАХ ДЛЯ ПІДТРИМКИ МІСЦЕВОЇ КУЛЬТУРИ ТА СПАДЩИНИ	106
<i>Куцик П. О.</i>	НОВА МОДЕЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО ПОВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ГРОМАДЯН І НАПРЯМИ ЇХ	107

	ВИРІШЕННЯ	
<i>Мацола М.М., Гінкул Д.М.</i>	РОЛЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	112
<i>Морозова А.М.</i>	НІШЕВЕ ВИРОБНИЦТВО В УКРАЇНІ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	114
<i>Пилипів Н.І., Нішко Л. В.</i>	ЕКОНОМІЧНА СУТЬ ПОНЯТЬ СТРАТЕГІЯ, СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ТА СТРАТЕГІЯ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ЯК ОКРЕМИХ ЕЛЕМЕНТІВ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ	117
<i>Пливун Б. В.</i>	ЧИННИКИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ В УМОВАХ ВІДНОВЛЕННЯ	120
<i>Радіонов В. С.</i>	СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ФАКТОР МОБІЛІЗАЦІЇ РЕСУРСІВ ГРОМАД	121
<i>Сологуб С.І.</i>	СУТНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	124
<i>Стаценко В.О., Кушнірук В.С.</i>	ЗНАЧЕННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ ІНФРАСТРУКТУР ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	126
<i>Шандар А.М., Заволович Я.Ю.</i>	РОЛЬ ВОЛОНТЕРСТВА В КОНТЕКСТІ РОЗВ'ЯЗАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ: KEYС УКРАЇНИ	129
<i>Шпикуляк О. Г., Шеленко Д. І., Balaniuk S. I.</i>	РОЗБУДОВА ІНСТИТУЦІЙНИХ СЕКТОРІВ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ	131

Напрямок 7. Інноваційні підходи до логістики і постачання в торговельних підприємствах під час війни.

<i>Галів Г. Д.</i>	ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ЛОГІСТИЧНУ СИСТЕМУ УКРАЇНИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ВІТЧИЗНЯНІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ	136
<i>Гринів Л.В., Перець Н.І.</i>	ЛОГІСТИЧНА СКЛАДОВА У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	138
<i>Дмитришин Л.І., Кушнір О.С., Григорчук М.І.</i>	ЕФЕКТ АВТОМАТИЗАЦІЇ МАРКЕТИНГУ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ РЕГІОНІВ	141
<i>Баланюк І. Ф., Іваночко Б. Р., Іваночко А. Р.</i>	РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ	144
<i>Лешанич С. Є</i>	ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК БІЗНЕСУ В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА	146
<i>Грицюк М.Й., Олійник О.З. Луцак М.І.</i>	ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЛОГІСТИКИ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ НА ОСНОВІ КООПЕРАЦІЇ	149
<i>Мацола М.М., Попадинець Н.Р.</i>	СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СФЕРИ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ВІЙНИ	151
<i>Русин Р.С., Катрич В.М.</i>	МОДЕЛІ ТОРГОВО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС В СУЧАСНИХ УМОВАХ	153

Напрямок 8. Фінансове та облікове забезпечення підприємництва: сучасні реалії та перспективи.

<i>Kravchenko S.A.</i>	FINANCIAL SUPPORT FOR THE DEVELOPMENT OF BUSINESS ENTITIES IN AGRICULTURE IN WARTIME	157
------------------------	---	-----

	CONDITIONS	
<i>Kuznetsova S.A.</i>	DIGITALIZING MANAGEMENT CONTROL UNDER WAR CONDITIONS	160
<i>Melnyk K.Y., Demianyshyna O.A.,</i>	A SYSTEM OF ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT OF THE COMPANY'S SETTLEMENTS WITH THE INCOME TAX BUDGET	161
<i>Нурка Т. V., Demianyshyna O.A.</i>	PECULIARITIES OF ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT OF EXPORT-IMPORT OPERATIONS OF THE ENTERPRISE	164
<i>Рылюрив М.І.</i>	NAVIGATING BUSINESS FINANCING IN MODERN TIMES	166
<i>Асмолов А.Т., Крайній В.О.</i>	СТРАТЕГІЧНЕ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ ЧЕРЕЗ ПРОЦЕСИ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ	169
<i>Вовчук В.І.</i>	ЕФЕКТИВНІСТЬ ОБЛІКОВО – АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ АУДИТУ ПІДПРИЄМСТВ	171
<i>Звіришин М.Т., Ціжма Ю.І.</i>	ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ПІД ЧАС ВІЙНИ	173
<i>Конєчний Г Чуницька І.І., Колісніченко П.Т.</i>	НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ	176
<i>Кохан І.В., Гаврилюк Н.Р.</i>	БАНКІВСЬКІ КРЕДИТНІ ПРОДУКТИ ДЛЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ ПЕРСПЕКТИВИ ВІДНОВЛЕННЯ ІНФРАСТРУКТУРНИХ ОБ'ЄКТІВ ЖИТЛОВОГО ФОНДУ, ЗРУЙНОВАНИХ ВНАСЛІДОК ВІЙНИ	179
<i>Кохан І.В., Петрів В.І.</i>	УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ У БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ	181
<i>Крайній В.О., Агафонов А.О.</i>	ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ: СТАН ТА НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ	184
<i>Левандівський О.Т., Цісик В.Б.</i>	ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ЦІНОУТВОРЕННЯ ЕНЕРГОПОСТАЧАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	187
<i>Максимів Ю.В., Семенців А. Я.</i>	ДЕРЖАВНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ	190
<i>Мацьків В.В., Петрук В.В.</i>	СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	193
<i>Мендела І.Я., Подольян М.І.</i>	ГРОШОВО-КРЕДИТНА ПОЛІТИКА В КРИЗОВИХ УМОВАХ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ПІДПРИЄМНИЦТВО	195
<i>Мигзович Т.М.</i>	СПЕЦИФІЧНІ ОБ'ЄКТИ ФІНАНСОВОГО ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ НА КРИПТОВАЛЮТНІЙ БІРЖІ	197
<i>Петрик О. А., Дяк О. В.</i>	РОЛЬ ІНВЕСТИЦІЙ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ	199
<i>Пилипів Н.І., Дмитроняк О. М.</i>	ЕКОНОМІЧНАСУТЬ ЗАБЕЗПЕЧЕНЬ ПРОЦЕСУ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	202
<i>Пилипів Н.І., Рудий М. В.</i>	ОБЛІКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГРАНТІВ ДЛЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА	204
<i>Поліщук О.Т., Поліщук О.А.</i>	ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ТА ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ЗАПАСІВ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ	207
<i>Поник О.А., Дем'янишина О.А.</i>		209
<i>Потриваєва Н.В., Лугова О.І., Палєєв А.А.</i>	УПРАВЛІНСЬКИЙ АУТСОРСИНГ: ПЕРЕВАГИ ТА РИЗИКИ	212
<i>Пристемський О.С.</i>	ОСОБЛИВОСТІ ТА ФОРМИ РЕАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ	214

	ПІДПРИЄМСТВА	
<i>Пшеничний І.С., Іваненко Т.Я.</i>	ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ	216
<i>Рачинський А.М., Ємець О.І.</i>	ЛОМБАРДНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІД ЧАС ВІЙНИ	218
<i>Сакун А.Ж., Гонтарук А.Г.</i>	ЗВІТ ПРО УПРАВЛІННЯ – ГАРМОНІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ОБЛІКУ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ	221
<i>Сакун А.Ж., Лопушенко І.П.</i>	ЗВІТ ПРО ПЛАТЕЖІ НА КОРИСТЬ ДЕРЖАВИ: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ	224
<i>Сікач Н.С.</i>	КЛАСИФІКАЦІЯ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇХ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК З ОБ'ЄКТАМИ ОБЛІКУ	226
<i>Солоджук Т.В.</i>	ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ	228
<i>Стаценко А.І., Погорелова О.В.</i>	ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ У ВОЄННИХ УМОВАХ	231
<i>Сус Т.Й.</i>	ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ ТА ЄС.	234
<i>Урбанович М. М., Сад Ю. Р.</i>	ФІНАНСОВА СПРОМОЖНІСТЬ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УМОВАХ ВІЙНИ	236
<i>Хилько І. І., Кугляр А. А.</i>	ПРЕДИКТИВНА АНАЛІТИКА У ПРОЦЕСАХ ФІНАНСОВОГО ПРОГНОЗУВАННЯ	238
<i>Чеверда О.М., Кропельницька С.О.</i>	СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФІНАНСОВОЇ ПІДТРИМКИ СТАЛОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	241
<i>Шкроміда В.В., Бабій В.Т.</i>	ОБЛІКОВЕ ВІДОБРАЖЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА НА УМОВАХ АУТСОРСИНГУ	245
<i>Шкроміда В.В., Кузишин І.М.</i>	ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕГРОВАНОЇ ЗВІТНОСТІ У МАЛОМУ І СЕРЕДНЬОМУ БІЗНЕСІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	247
<i>Шкроміда Н.Я., Стозуб О.О.</i>	ПЕРСПЕКТИВИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	250

Напрямок 9. Роль менеджменту і маркетингу у розвитку підприємництва:

сучасні виклики та перспективи.

<i>Анікієнко А.Р.</i>	СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ - МАГАЗИНУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	253
<i>Благуєн І.І., Амборський Д.Я., Маріяш О. В.</i>	РОЛЬ МАРКЕТИНГУ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	256
<i>Бужимська К.О.</i>	УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	259
<i>Возніченко Н.Р.</i>	ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТРУДОВИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ОСНОВНІ ЗМІНИ	261
<i>Воробей А.Ю.</i>	ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИМ КЛІМАТОМ ПІДПРИЄМСТВА	263
<i>Гречаник Н.Ю., Коледіна К.О.</i>	УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ	266
<i>Гринів Л.В., Лазорко В.М.</i>	ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ ВНУТРІШНЬОГО І ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ОРГАНІЗАЦІЇ	268

<i>Гринів Л.В., Левкович Р.О.</i>	МІЖНАРОДНЕ МУНІЦИПАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК НАПРЯМ РОЗВИТКУ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА З КРАЇНАМИ ЄС	271
<i>Grytsiuk S.Y. Олійник Р.З. Матковський П.Є.</i>	ЕЛЕМЕНТИ МОДЕРНІЗАЦІЇ КООПЕРАТИВНИХ ВІДНОСИН НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ	274
<i>Гурська І. С.</i>	ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ВИРОБНИЦТВІ	275
<i>Капінус Л.В.</i>	СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПРОСУВАННЯ ПОДІЙ	277
<i>Кілик Т.М.</i>	АУТСОРСИНГ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	280
<i>Кічурчак М.В.</i>	ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У СЕКТОРІ ІНФОРМАЦІЇ ТА КОМУНІКАЦІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	282
<i>Концемал А.О.</i>	МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	284
<i>Корнієнко Т. О., Єременко І. В.</i>	УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ	286
<i>Кравченко Б.О.</i>	МОЖЛИВОСТІ ЩОДО ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	288
<i>Лаврентьєва В.О.</i>	ЕФЕКТИВНА КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА-ОСНОВА УСПІШНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	290
<i>Ленард В.В.</i>	ЕКОЛОГІЧНЕ ПОЗИЦІЮВАННЯ БРЕНДУ В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА	292
<i>Лисий І.О., Дедерчук В. А., Ілюк С. П.</i>	МАРКЕТИНГОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ	294
<i>Ляшенко В.В.</i>	РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ КРИЗИ	297
<i>Македон П. М., Стефінін В.В.</i>	УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ	299
<i>Михайлів Г.В.</i>	ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ЗДІЙСНЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	303
<i>Михайлів Г.В., Тринчук М. П.</i>	ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ОСНОВІ УДОСКОНАЛЕННЯ СТАНДАРТІВ ОРГАНІЗАЦІЇ	306
<i>Монастирський Г.Л.</i>	ЕФЕКТИВНА КОМУНІКАЦІЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ	309
<i>Надвиничний С. А.</i>	ВПЛИВ СПЕЦИФІЧНИХ ЧИННИКІВ НА РОЗВИТОК АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ОСОБЛИВИХ УМОВАХ	312
<i>Ніколаєва А. П.</i>	ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОДУКТУ AIR JORDAN	
<i>Перевозова І. В., Сакун А.Ж.,</i>	ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	320
<i>Перевозова І. В.</i>	ВПЛИВ ГРОМАДСЬКИХ ІНІЦІАТИВ НА ПОВЕДІНКУ БРЕНДІВ: KEYСИ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ	322
<i>Польова Л.В.</i>	ЦИФРОВИЙ ШЛЯХ: СТРАТЕГІЯ СТВОРЕННЯ ВЕБ-САЙТУ ДЛЯ ТУРАГЕНСТВА	324
<i>Примаченко А. А.</i>	СОЦІАЛЬНИЙ ПАКЕТ ЯК ВАГОМИЙ ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА ПЕРСОНАЛ ПІДПРИЄМСТВА	326

<i>Радіонова Л. О.</i>	СУЧАСНІ ВИКЛИКИ УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОСТІ: МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ	328
<i>Самуляк А.П., Стефінін В.В.</i>	БІЗНЕС-НЕПЕРЕРВНІСТЬ У ЧАС ВІЙНИ: ДОСВІД ІТ- КОМПАНІЇ	331
<i>Левандовська Я.Я.</i>	АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ВИДІВ ТЕХНІКИ ПРОДАЖІВ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ	334
<i>Тітова К.В.</i>	МЕТОДИКА ТА ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ПРОСУВАННЯМ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ	337
<i>Ткач О.В.</i>	СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ СУБ'ЄКТІВ ЗЕД НА ЗОВНІШНІ РИНКИ В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ЛІБЕРАЛІЗАЦІЇ	340
<i>Ткач О.В., Приймак Л.В.</i>	ПАРАДИГМА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	343
<i>Худик М.С.</i>	ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПОРТФЕЛЯМИ БАНКІВ	345
<i>Шурпа С. Я., Халак М. С.</i>	ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ	348
<i>Шурпа С.Я., Чорній О.В.</i>	ПСИХОЛОГІЧНІ НАСЛІДКИ ВІЙНИ НА СПОЖИВЧУ АКТИВНІСТЬ ТА ВИБІР ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ	350
<i>Шурпа С.Я., Якібчук І.В.</i>	ОСОБЛИВОСТІ ТАРГЕТИНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	351
<i>Юзденська А. А.</i>	ДОСЛІДЖЕННЯ СМАКОВИХ РЕЦЕПТОРІВ ЛЮБИТЕЛІВ КИЇВСЬКОГО ТОРТА	354
<i>Янчук Р.В.</i>	ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНУ ВИРОБНИЧУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	356

Напря́м 1. Роль жінок у підприємництві під час війни: досягнення та виклики.

ЖІНКИ-ПІДПРИЄМНИЦІ ПІД ЧАС ВІЙНИ: ДОСЯГНЕННЯ ТА ВИКЛИКИ

*Іваненко В.С.,
здобувачка вищої освіти*
Миколаївський національний аграрний університет

Існує думка, що переважно чоловіки можуть займатися бізнесом, що бізнес по діловим якостям більш притаманний чоловікам, що жінки-підприємці, займаючись бізнесом, жінки мимоволі стають сильнішими, жорсткішими. Але воєнний стан в Україні перевернув вміло збалансоване «колесо життєвого балансу» чоловіче поняття про жіночий бізнес. Зрозуміло, що жінка повинна залишатися люблячою матір'ю, дбайливою дружиною, і це закладено природою. Вона розумна, організована і перетворюється їй на запеклу істоту жіночої статі мабуть непотрібно. Звичайно, це не просто.

Військова агресія росії проти України змусила багатьох усвідомити те, що українська жінка - сильна жінка. Вона йде до мети, вміє планувати, бізнес-навантаження її не вибивають з колії [1]. Вони можуть бути сильнішими, жорсткішими, цілеспрямованими. Як говорять самі бізнес-леді: «Ми можемо «рвати слона по шматочках», якщо це буде за потрібне».

По висновкам досліджень, припускаємо - жінка-підприємниця смілива, йде до успіху впевнено та з посмішкою, а якщо родина не на заваді, а навпаки є підтримка з боку своїх чоловіків, в них вірять, підтримують та мотивують до розвитку – виклики мінливих умов сьогодення для них не заваді.

Воєнні виклики, з якими зіткнулася економіка України, це масштабні економічні збитки та втрати [2]; скорочення робочих місць і доходів; зменшення купівельної спроможності населення. Попри все жінки-підприємці дають раду викликам поточного моменту.

Малий та середній бізнес, яким керують жінки у цей складний час відіграє надзвичайно важливу роль в економіці України [3]. Попри зміни, які відбулися у сегменті малого та середнього бізнесу через окупацію територій України (ресурсні та економічні втрати), він досі є ядром нашої економіки. В такі складні для країни часи робота представниць жіночого бізнесу має неоціненне значення. Тому, наразі, так важливо підтримати жінок-підприємць, надихнути тих, хто ще вагається розпочати власну справу.

Зрозуміло, війна, це дуже серйозні виклики. Жінки бізнес реформатори успішно долають кризову ситуацію. Вони почали переформатовувати свій бізнес та оптимізувати витрати [4]. Вони створюють нові продукти, послуги та робочі місця, вони активно формують майбутнє нашої країни. За роки війни, серед усіх активних суб'єктів економічної діяльності більше 40% стає за жінками-керівницями (результати соціологічного

дослідження). Зареєстроване тисячі нових малих бізнесів (ФОПів), де керівниками стали жінки.

Для економіки України важливо надати змогу жінкам використовувати весь свій потенціал у своїй економічній діяльності, зауважимо для цього потрібні сміливі та інноваційні підходи на різних рівнях. Все починається з потреби у руйнуванні певних стереотипів [5].

Жінки прагнуть фінансової незалежності, тому для них бути підприємцем – це круто. Поставимо питання: «Чи є жіночий стиль управління, і якщо так, то чим він відрізняється від чоловічого?». Однозначної відповіді немає. Але стиль жіночого управління більш пов'язаний з особистістю, безумовно, він відрізняється від чоловічого, це суміш впевненого поведження та емоційної емпатії.

Хто, як не жінка-керівник більш зрозуміє жінку-працівника. Хто, як не жінка-керівник може скоротити дистанція між нею та командою. Це може бути одночасно і «плюсом», і одночасно «мінусом» [6]. Навіть коли не має ідеальної відповіді на черговий виклик жінка-керівник більш впевнено може проявити себе, вони більш творчі та сміливіші, наполегливіші і невтомно віддані. Стійкості їм теж не завадить та і цілі вони ставлять теж амбітні.

Кар'єра та бізнес від жінок вимагають багато часу та зусиль. Зумовлено, жінки соціально сформовані інакше, їм доводиться поєднувати сім'ю і роботу. Віддаючи перевагу середній управлінській ланці в бізнесі жінки віддають перевагу сфері мікро- та малого бізнесу. Куди легше жінкам відкрити невеличкі підприємства, ніж змагатися з чоловіками за великі посади (хоча успіхи у жінок теж є).

Український бізнес демонструє дивовижну стійкість і адаптивність, чого тільки вартує «режим виживання» після 24 лютого 2022 року. В цьому є заслуга жінок. Але будемо відверті, були і незавершені справи, недосягнуті цілі, відсутність результатів тощо. Найбільшою перешкодою успіхів є занижена самооцінка, тому треба прагнути самовдосконалення. Робота над собою допомагає досягти успіху [7]. Паливом для життєвої енергії у жінок-підприємниць є цілі, які надихають і дають неймовірну силу.

Багатьох жінок вторгнення в Україну окупантів змусило відкласти свої справи та успішно продовжили справу своїх чоловіків-воїнів, взяти бізнес (сімейний) під свій контроль. Відбулася/відбувається трансформація, поки чоловіки захищають нашу країну оперативно перебудовується налагоджений бізнес, адаптується до реалій сьогодення. У жінці-підприємниці з'явилася мобільність і бізнес-гнучкість, сила духу, мабуть така, яка не під силу іншому чоловікові.

Жінки інакше підходять до справи, вони прагнуть все досконально вивчити. Бізнес-леді не схильні делегувати роботу, вони працюють в команді. Спільна робота в команді це

згуртованість. Такі параметри допомагають досягти успіхів у бізнесі, бути відповідальними не тільки за свою справу, але і за державу.

Отже, жінка у бізнесі, це наполегливість, ретельно продумані бізнес плани й проекти, це досягнення високих фінансових показників, цілеспрямованість, організованість, бажання розвиватися. Повномасштабна війна в Україні прискорила процес так званої перебудови бізнесу у питаннях гендерної рівності. Жіночий бізнес не тільки довів своє право на існування, він об'єднав багатьох людей спільною боротьбою з одним ворогом та спільним переживанням горя. Він допомагає підтримувати економічний фронт нашої держави.

Список використаних джерел:

1. Іваненко В. С., Курепін В. М. Управління розвитком персоналу та його конкурентноспроможністю // Актуальні проблеми безпеки життєдіяльності людини в сучасному суспільстві: матеріали Всеукраїнської науково-теоретичної інтернет-конференції, м. Миколаїв, 24 листопада 2021 р. Миколаїв : МНАУ, 2021. С. 104-107. URL:<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/10509>.
2. Пряслова Н. М. Працювати, не можна зупинитися: страхування бізнесу під час воєнного стану // Трансформація страхового ринку України в світлі сучасних економічних викликів : матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених, м. Миколаїв, 18-19 квітня 2023 р. Миколаїв : МНАУ, 2023. С. 16-19. URL:<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/13437>.
3. Сизоненко Ю. С. Особливості праці жінок під час воєнного стану // Актуальні проблеми трудових відносин під час воєнного стану : тези доповідей здобувачів вищої освіти інженерно-енергетичного факультету та інших учасників освітнього процесу за результатами тематичного «круглого столу» на інженерно-енергетичному факультеті, м. Миколаїв, 27 квітня 2022 року. Миколаїв : МНАУ, 2022. С. 29-31. URL:<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/11728>.
4. Іваненко В. С., Курепін В. М. Управління професійними ризиками на вітчизняних підприємствах // Проблеми та перспективи розвитку охорони праці : матеріали XII Всеукраїнської науково-практичної конференції курсантів, студентів, аспірантів та ад'юнктів, м. Львів, 12 травня 2022 р. Львів : ЛДУ БЖД, 2022. С. 97-99. URL:<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/11713>.
5. Дідняк А. В. Моделі оцінки ризику об'єктів господарювання: відмови і наслідки // Участь молоді у розбудові агропромислового комплексу країни : матеріали 35-ї студентської науково-теоретичної конференції. 22-24 березня 2023 р. м. Миколаїв, Миколаївський національний аграрний університет. Миколаїв : МНАУ, 2023. С. 12-16. URL:<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/13816>.
6. Іваненко В. С., Курепін В. М. Фактори дотримання кадрової безпеки підприємств аграрного профілю // Наукові та освітні трансформації в сучасному світі : матеріали Всеукраїнської міждисциплінарної науково-практичної конференції, м. Чернігів, 15 липня 2021р. – Чернігів : Науково-освітній інноваційний центр суспільних трансформацій, 2021. С. 91-93. URL:<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/9848>.
7. Костюк А. С. Бізнес у воєнний час: як змінилося законодавство // Актуальні проблеми трудових відносин під час воєнного стану : тези доповідей здобувачів вищої освіти інженерно-енергетичного факультету та інших учасників освітнього процесу за результатами тематичного «круглого столу» на інженерно-енергетичному факультеті, м. Миколаїв, 27 квітня 2022 року. Миколаїв : МНАУ, 2022. С. 21-24. URL:<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/11726>.

ЖІНКИ В МІСЦЕВОМУ САМОВРЯДУВАННІ: ЖІНОЧЕ ЛІДЕРСТВО ПІД ЧАС ВІЙНИ

Курепін В.М.

*доцент, доцент кафедри методики професійного навчання
Миколаївський національний аграрний університет*

З початком повномасштабної війни перед місцевими громадами постають, на перший погляд, непереборні виклики. Це зовсім нова роль, додаткова відповідальність перед мешканцями громад, перед державою [1]. На перший план виходять вміння працювати в стресових та важких обставинах, прояв лідерських якостей, сміливість, вміння в мінливих умовах воєнного стану приймати правильні рішення. В таких жорстких обставинах поруч з

чоловіками працювали/працюють жінки, займаючи різні посади, у тому числі є і голови громад.

Жіноче лідерство варте уваги та наслідування, про таке хочеться говорити, особливо під час війни. Є багато прикладів діяльності українських жінок-лідерок, Мета нашої статті дослідити виклики, які постали перед жінками під час війни та позначити роль жінок в місцевому самоврядуванні та вирішальне місце їх в цьому процесі.

Попри військову агресію та її виклики, загрозу власному життю у місцевих громадах жінки-лідерки залишилися на місцях. Вони приймають виклики воєнного часу – керують громадами, організовують волонтерські рухи, керують процесом відбудови зруйнованого майна, допомагають постраждалим, залишаються на зв'язку 24/7 з мешканцями громади

Багато хто з перших хвилин війни не розумів, що треба робити у таких обставинах, який алгоритм дій повинен бути [2]. Щоб уникнути паніки та допомогти людям головам сільських рад, жінкам, довелося почувати себе спокійно, наскільки це можливо, уникаючи паніки, приймати термінові рішення. У тій ситуації вони залишалися на цілодобовому зв'язку з громадою, постійно інформуючи населення про перебіг подій.

Гуртування населення, організація гуманітарної допомоги, допомога сусіднім громадам, які постійно піддавалися обстрілам, це одні з перших дій, які вирішувалися з перших днів агресії [3]. Але були громади у яких жінки-керівники з перших днів приймали рішення й щодо розбору руйнувань, розселення людей, допомагали тим, хто залишився без даху над головою. Це в той час коли номери телефонів тих, хто мав координувати громади у таких обставинах не відповідали.

Руйнування приватного сектору, бізнесової інфраструктури, соціального сектору - громади не були готові до нападу та обстрілів. Прикладів, коли живкі взяли тягар важкої роботи і не маючи алгоритму дій та підказок вирішували організацію фінансової допомоги людям, які втратили житло та шукали прилисток багато. Треба було вирішувати питання тимчасового проживання осіб, які втратили житло [4]. Попри щоденні обстріли та провокації з боку ворога такі завдання вирішувалися майже своєчасно.

Жінки-керівники, у більшості випадків, змогли об'єднати людей заради перемоги. Залишившись на своїх робочих місцях, не забуваючи про керівництво, вони почали волонтерити та займатися тією справою, яка саме тоді була на часі, вирішувалися і воєнні, і цивільні питання на ввіреній їм території.

У спогадах жінок, які на той час перебували у владі, залишилися питання численних волонтерських ініціатив стосовно внутрішньо переміщених осіб. Зустрічі, пошук безпечного місця, забезпечення підтримки тим, хто її потребує – такі питання вирішувалися дуже швидко [5]. Очільниці громад цілодобово займалися розселенням людей, шукали місця для

постійного проживання переселенців, намагалися інтегрувати їх у життя громад. Зрозуміло, така робота потребувала допомоги, і вона була.

Одним із головних завдань була допомога ЗСУ зусиллями громади. Під керівництвом очільниць організовували роботу малих підприємств (волонтерських цехів). Такі підприємства виготовляли одяг для воїнів, військові окопні свічки, теплі шкарпетки, харчові консерви та печиво, маскувальні сітки, шили термобілизну, розгрузки, сумки та жилети, безкоштовно передавали все ЗСУ.

Керівниці займалися/займаються підтримкою деокупованих громад та військових частин. Є цікавий досвід селищних громад щодо впровадження механізмів громадської участі на території своїх громад у воєнний час [6]. Організація гуманітарних місій в зону бойових дій, прийом мешканців з деокупованих територій України забезпечує нагальні потреби військовослужбовців ЗСУ та цивільного населення. Створення прихистків для переселенців, проведення ярмарок вакансій, релокація бізнесу, реалізація проєктів підтримує місцеве населення:

Жінки-лідери, керівниці головною ціллю своєї діяльності поставили вирішення чисельних проблем громади та її мешканців. Тому заздалегідь закуповувалися твердопаливні котли, генератори для свердловин тощо; створювалися пункти незламності [7], найбільш вразливі категорії населення забезпечувалися дровами та твердим паливом, ремонтувалися автошляхи, для забезпечення швидкого прибуття до місця призначення медиків та рятувальників. Вони, попри війну, у громаді створювали/створюють інвестиційні карти, розробляють стратегії розвитку територій.

Отже, внески у перемогу жіночого лідерства під час війни потребує гідної оцінки, але про цінність такої діяльності вже сьогодні треба говорити. Треба сприяти обміну знаннями та досвідом, посилити співпрацю між жінками-одномисницями місцевого самоврядування з усієї країни. Досвід жіночого лідерства в громадах, участь жінок в економічних та соціальних процесах під час війни потребує подальшого дослідження.

Список використаних джерел:

1. Іваненко В.С., Курепін В. М. Місцеві органи влади в умовах воєнного стану: повноваження та співпраця військових адміністрацій з органами місцевого самоврядування // *Правові засади організації та здійснення публічної влади* : V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Хмельницький, 17 червня 2022 р. Хмельницький : Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, 2022. С. 148-150. URL:<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/11869>.
2. Пряслова Н. М. Працювати, не можна зупинятися: страхування бізнесу під час воєнного стану // *Трансформація страхового ринку України в світлі сучасних економічних викликів* : матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених, м. Миколаїв, 18-19 квітня 2023 р. Миколаїв : МНАУ, 2023. С. 16-19. URL:<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/13437>.
3. Курепін В. М., Іваненко В. С. Форми участі народовладдя на місцях під час воєнного стану // *Правові засади організації та здійснення публічної влади* : матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 85-річчю від дня народження доктора юридичних наук, професора, академіка-засновника НАПрНУ, першого Голови Конституційного Суду України Леоніда Петровича Юзькова (м. Хмельницький, 31 березня 2023 року). Хмельницький : Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, 2023. С. 291-293. URL:<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/13727>.

4. Іваненко В. С. Потенційні проблеми систем водопостачання міста Миколаєва під час бойових дій // Наукова молодь-2022 : збірник матеріалів X Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених, м. Київ, 15 листопада 2022 р. Київ : КОМПРИНТ, 2022. С. 177-183. URL:<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/12700>.
5. Дідняк А. В. Укритися, неможливо ризикувати: яким у Миколаєві був захист населення під час обстрілів ракетами / наук. керівн. В. М. Курепін // Сталий розвиток міст : матеріали XVI Всеукраїнської студентської науково-технічної конференції : в 4-х ч. / Ч. 2., 21-22 квітня 2023 року. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. С. 598-602. URL:<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/13796>.
6. Іваненко В. С., Курепін В. М. Органи місцевого самоврядування в умовах воєнного стану // Моделювання соціально-економічного розвитку в системі забезпечення продовольчої безпеки : зб. тез Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Миколаїв, 10-11 трав.2023р.). Миколаїв : МНАУ, 2023. С. 41-44. URL:<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/13902>.
7. Курепін В. М., Пряслова Н. М. Депресивність територій: що це таке і як з ним боротись // Інформаційно-психологічна та техногенна безпека: історичні аспекти, особливості захисту суспільства та особистості : тези доповідей за результатами тематичного «круглого столу», м. Миколаїв, 9 грудня 2022 р. Миколаїв : МНАУ, 2022. С. 32-35. URL:<https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/12071>.

ЖІНОЧЕ ЛІДЕРСТВО В УМОВАХ ВІЙНИ: АНАЛІЗ РОЛІ ЖІНОК У ПІДПРИЄМНИЦТВІ ПІД ЧАС ВОЄННИХ КОНФЛІКТІВ

Мацькевич А.О.

*Студентка 3-го курсу спеціальності «Підприємництво та торгівля»
Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства*

Науковий керівник:

Острровершенко А.П.

Викладач товарознавчих дисциплін

Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства

Роль жінок у підприємництві та бізнес-середовищі поступово змінюється, і сьогодні вони грають значущу роль у різних галузях та етапах підприємницької діяльності. Жінки активно включаються в різноманітні галузі підприємництва, включаючи технології, медицину, освіту, соціальний підприємництво та інші. Вони виокремлюються в бізнесі через свою креативність, лідерські якості та здатність до інновації. Незважаючи на прогрес, жінки-підприємниці можуть стикатися з викликами, такими як нерівність у доступі до фінансових ресурсів, стереотипи щодо жіночого лідерства, баланс між сімейними та професійними обов'язками. Багато країн та організацій впроваджують ініціативи для підтримки жіночого підприємництва, забезпечуючи доступ до навчання, фінансової підтримки та мережевих можливостей. Умови війни в нашій державі ставлять під загрозу традиційні ролі гендерів, тому жінки-підприємниці активно працюють на ламанні гендерних стереотипів та демонструють свою здатність до успішного управління в усіх галузях бізнесу.

Жінки-підприємниці виступають ініціаторами та каталізаторами інновацій, розвиваючи та впроваджуючи нові підходи та технології, щоб забезпечити сталість та виживання бізнесу під час війни. Аналіз ролі жінок-підприємниць у сфері інновацій та підприємництва в умовах кризи, зокрема в період війни, свідчить про їхню вирішальну роль у забезпеченні сталості та виживання бізнесу. : Ініціативність жінок-підприємниць у розробці та впровадженні інновацій стає ключовим чинником для забезпечення сталості та виживання бізнесу в умовах

кризи. Їхні унікальні підходи можуть стати детермінантом конкурентоспроможності на ринку.

Жінки активно впроваджують соціальні підприємницькі ідеї для вирішення гострих проблем суспільства в період війни, спрямовуючи свої зусилля на покращення якості життя громадян. Сучасний аналіз ролі жінок у соціальному підприємстві в умовах війни виявляє, що жінки виступають активними агентами покращення громадського добробуту. Їхня участь у соціальних підприємствах становить ключовий інструмент вирішення невирішених проблем суспільства під час воєнних конфліктів.

Жінки-підприємниці дбають про включення різних груп населення у підприємницьку діяльність, зокрема, розвивають програми та ініціативи, спрямовані на залучення жінок з різних етнічних груп та соціальних верств. Жінки-підприємниці часто відкривають нові ринки та створюють попит на інноваційні товари та послуги, спрямовані на вирішення проблем, що виникають в умовах війни. Жінки стикаються з викликами у забезпеченні доступу до фінансових та економічних ресурсів для своїх підприємств під час воєнних конфліктів, і вирішення цих проблем стає важливим елементом сталій розвитку

У висновку можна зазначити, що роль жінок у сфері підприємництва та бізнес-середовища визначається не лише їхньою активністю в різних галузях, але й важливою соціальною та інноваційною функцією. Незважаючи на виклики, з якими стикаються жінки-підприємниці, такі як нерівність та стереотипи, їхні ініціативи та унікальні підходи стають ключовими факторами забезпечення сталості та конкурентоспроможності бізнесу, особливо в умовах воєнних конфліктів.

Домінуючий вплив жінок-підприємниць у розвитку інновацій та новаторських рішень під час кризових періодів, зокрема в умовах війни, підкреслює їхню ключову роль у забезпеченні сталості та виживання бізнесу. Їхні програми та ініціативи спрямовані на включення різних груп населення, створення нових ринків та вирішення проблем, що виникають в умовах воєнних конфліктів.

Незважаючи на виклики, жінки-підприємниці продовжують бути визначальними фігурами в бізнес-світі, демонструючи свою силу, рішучість та здатність до креативного та ефективного управління, що сприяє загальному економічному та соціальному розвитку.

Список використаних джерел:

1. Гавриленкова М. В. Жіноче лідерство під час війни: внесок у перемогу на місцевому рівні [Електронний ресурс] /Гавриленкова Марина Володимирівна//Блог.--2022 URL:<https://u-lead.org.ua/news/75?fbclid=IwAR3XyVu7gQnoy8EYTsGd2Zqz6MOcdVxFv-WkJ0Um0IVfLA52-O4K8mPA3uQ>
2. Хасай Є.О. Вплив війни на можливості жінок: результати дослідження [Електронний ресурс] /Єлизавета Олександрівна Хасай//Блог.--2023URL: <https://cedos.org.ua/vplyv-vijny-na-mozhlyvosti-zhinok/>

РОЗВИТОК ТА ПОСИЛЕННЯ РОЛІ ЖІНОК В УКРАЇНІ : ВІД ПЕРЕДОВОЇ ДО БІЗНЕС-ЛІДЕРСТВА

Пилипів Н.І.,

д. е. н, проф., завідувач кафедру підприємництва, торгівлі та прикладної економіки

Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

Пилипів І.В.,

д. і. н, проф., професор кафедри історії і методики викладання історії

Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

П'ятничук І.Д.

к.е.н., доц., завідувач кафедри управління та бізнес-адміністрування

Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

Загальноприйнятий наратив про війну та жінок, полягає в тому, що війна вимагає специфічних чоловічих рис, якими не володіють жінки, і тому жінки повинні бути звільнені від прямих бойових дій заради їх власного блага.

Історично жінки брали участь у Першій та Другій світових війнах. Їхні функції та обов'язки не обмежувалися лише сімейними ролями домогосподарок. Вони також підтримували військові зусилля, шиючи уніформу, збираючи гроші для благодійних організацій, таких як Червоний Хрест, писали листи солдатам. Після того, як на війну пішли чоловіки різного віку, жінки мали захистити свої сім'ї та забезпечити собі засоби до існування.

Далі, через втрату чоловічої робочої сили, війни змусили жінок працювати не лише на оборонних заводах, виконувати важку роботу у сільському господарстві, промисловості, сфері обслуговування, транспорті, безпосередньо воювати на фронті у військових частинах та служити сестрами милосердя і санітарками.

Російське вторгнення в Східну Україну в 2014 році викликало масовий призов жінок до Збройних Сил України. Відтоді роль жінок в армії ще більше зросла. Українські жінки продемонстрували свободу волі перед обличчям неймовірних труднощів, працюючи на різних роботах і у різних сферах діяльності і у різних ролях; перебуваючи як бійці на передовій, як антивоєнні активісти тощо.

За оцінками Міністерства оборони України, жінки становлять близько 15% від загальної чисельності Збройних Сил України[1]. Починаючи з 2014 року їх кількість зросла у 2,5 рази, а жінок-офіцерів побільшало всемеро. Багато з них, попри заборону брати участь у бойових діях та відсутність переваг, які надаються чоловікам-військовим, добровільно пішли служити в армію ще у 2014 році, після окупації Криму та вторгнення РФ у східну частину України. Пізніше їх назвали «Невидимим батальйоном». Жінки відігравали ключову роль в управлінні багатьма процесами під час Революції гідності. За деякими даними, близько 45 відсотків учасників Євромайдану були саме жінки – вони допомагали в організації на всіх рівнях: від координації самих протестів до надання їжі, а також медичної та юридичної

допомоги[2]. Українки змогли брати безпосередню участь в бойових діях вже після реформ військової сфери 2017 року, яка визначила здатність воювати не лише через гендер, чи фізичну силу. При цьому важливо підкреслити, що українські жінки привносять до армії нові знання та навички, зокрема у галузі сучасних технологій.

Хоча нинішня війна Росії проти України, яка почалась в лютому 2022 року все ще триває, дуже мало опубліковано наукових досліджень про роль українських жінок у війні. Ці публікації зосереджені на мотивації українських жінок брати участь у збройному опорі вторгненню Росії на Україну. Причинами є такі, як патріотизм, потреба в працевлаштуванні, обов'язок підтримувати армію та солідарність із родиною та друзями, які приєдналися до боротьби.

Подальші дослідження показують, що жінки схильні брати участь у війні через привабливість військової професії, їхню мету самореалізації, матеріальні і соціальні блага, які вони отримують.

Також багато українських жінок добровільно мобілізувалися, щоб підтримати військові зусилля не в бойовій ролі, а в наданні життєво важливих медичних послуг солдатам на посадах лікарів, медичних сестер, фельдшерів і наданні матеріально-технічної підтримки. У ЗСУ спостерігається стійка тенденція щодо збільшення чисельності жінок.

Розвиток ролі українських жінок у триваючій війні та їх добровільний вступ на військову службу, є свідченням їх свободи, волі та доказом того, що жінки вимагаючи справедливості, жертвують своїм життям заради свободи, захисту батьківщини.

Станом на 1 березня 2023 року жінок у ЗСУ вже було 60538. Із них військовослужбовців – 42 898 осіб [3]. Серед військових, які захищають сьогодні Україну від російських окупантів, велика частина — жінки серед них-**Юлія Паєвська (позивний "Тайра")**Військовослужбовиця, спортсменка та волонтерка, була командиркою підрозділу "Янголи Тайри", парамедикинею. **Катерина Поліщук (позивний "Пташка")**Про "Пташку" — парамедикиню з "Азовсталі" — українці вперше дізналися завдяки мелодійному співу дівчини. Там, у підвалах заводу, Катерина Поліщук не втрачала бойового духу та підтримувала побратимів українськими національними піснями. **Євгенія Емеральд (позивний "Жанна д'Арк")**Яскравим прикладом незламності та сміливості українських жінок стала Євгенія Емеральд з позивним "Жанна д'Арк", яка служить у полку спеціального призначення НПУ "Сафарі". Коли 24 лютого 2022 року розпочалася повномасштабна війна, жінка, не вагаючись, залишила ювелірний бізнес і вирушила захищати рідну Батьківщину. Жанна д'Арк" — офіцерка, молодша лейтенантка [4].

Українські жінки зіткнулися з конкретними проблемами безпеки, роботи та життя під час війни, яка спричинила високий рівень безробіття серед чоловіків, як традиційних годувальників, і призвела до відсутності багатьох чоловіків у їхніх родинах через призов до

армії для боротьби на передовій та через те, що багато їх загинуло в війні Росії проти України.

Не зважаючи на продемонстровану свободу волі українських жінок перед обличчям лиха від війни, окремі з них не уникнули передбачуваних наслідків, які включають наявність психологічних травм, зростання бідності, безробіття, внутрішнє переміщення, біженство, сексуальне насильство, торгівлю людьми яке використовувалося російськими військами, які вторглися на Україну для здійснення влади над жінками, тому вони були вимушені покинути свої домівки під загрозою бути вбитими, або зґвалтованими.

Розвиток та посилення ролі жінок під час війни в Україні можна побачити через: - підтримку навчання дітей вчительками, які продовжують навчати дітей під звуки повітряної тривоги; -лікування людей медикнями попри обстріли та блекаути; вимушене переміщеними особами як на території України, так за її межами, які є матерями, що захищають своїх дітей від атак російської армії проти цивільного населення; забезпечення потреб місцевих громад жінками -лідерками на нижчому рівні, які взяли на себе величезну відповідальність;-документування воєнних злочинів Росії в Україні жінками-експертками для притягнення винних до відповідальності в міжнародних і національних судах, адже російські солдати на окупованих РФ українських територіях застосовували до місцевого населення тортури, насильство та зґвалтування як знаряддя війни; згуртування населення жінками, які працюють волонтерами, збираючи та привозячи гуманітарну допомогу військовим та цивільним на прифронтові та постраждали від війни.

Жіноче бізнес-лідерство стало потужним інструментом виживання цілої країни, жінки керують різними сферами за останні роки законодавство України мало певний поступ у тому, щоб підсилити жіноче лідерство. Про це свідчить зокрема й те, що чоловікам дозволили йти у декретну відпустку.

Слід зазначити, що навіть під час війни Росії проти України, жінки які зайняті бізнесом залишаються обережно оптимістичними. 60% жінок-лідерок в Україні “впевнені” або “дуже впевнені” щодо перспектив зростання світової економіки на найближчі три роки. Трохи більше жінок на керівних посадах (69%) в світі дотримуються такого ж оптимізму та впевнені, що світова економіка зростатиме протягом найближчих трьох років.

В Україні більшість українських лідерок (67%) демонструють оптимізм та 24% з них прогнозують зростання доходів організації на рівні від 10% до 20% упродовж наступних трьох років. Через прогресивний розвиток цифровізації та численні кібератаки, які відбулись після повномасштабного вторгнення росії в Україну, 60% жінок на керівних посадах в Україні та 64% у світі впевнені, що їхні організації добре підготовлені до кібератак Яскравими прикладами жінок,що є бізнес -лідерами є наступні: Анна Пилипенко, маркетинг директорка Кома, Канів, Клуб Сиру; Ганна Мікулицька, Керівна директорка SAP

Ukraine; Олена Єфремова-Курсік, Президентка компанії «Хенкель Україна», HR-директорка; Тетяна Прокопчук, Віце президентка Американської торгової палати в Україні та інші [5].

Варто зазначити, що розвиток ролі жінки не обмежується лише передовою та сферою бізнесу. Жінки активно впливають на громадське життя, виявляючи ініціативу в освіті, культурі, виступають ініціаторами змін та творчими лідерами. Вони активно сприяють розвитку громади та формуванню позитивного образу України в світі. Варто зазначити, що на думку виконавчої директорки Джорджтаунського інституту жінок Мелані Вервер [6], післявоєнне відновлення України неможливе без істотної участі жінок.

Отже, українські жінки виконують дуже важливі ролі, показуючи всім, цілому світу свою мужність, силу та жертвність, лідерство, які демонструють на полі бою та в суспільстві в цілому і що вони не піддається страху

Список використаних джерел:

1. Ірина Дробович Лідерство українських жінок: на війні та після перемоги в Україні <https://life.pravda.com.ua/columns/2022/04/21/248335/>
2. Роль жінок у зміцненні миру в Україні (дослідження) <https://www.radiosvoboda.org/a/28983444.html>
3. Кількість жінок військових у ЗСУ з 2014 року зросло 2,5 рази. <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3682549-kilkist-zinokvijskovih-u-zsu-z-2014-roku-zrosla-u-25-raza.html>
4. Жінки в ЗСУ: найвідоміші героїні війни <https://tsn.ua/ukrayina/zhinki-v-zsu-statistika-i-biografiya-vidomih-viyskovih-zhinok-2217496.html>
5. Погляд бізнес-лідерок в світі та Україні 2023 <https://kpmg.com/ua/uk/home/insights/2023/09/female-leaders-outlook-2023.html>
6. «Післявоєнне відновлення України неможливе без істотної участі жінок». Мелані Вервер про роль жінок у майбутньому України <https://forbes.ua/leadership/the-leadership-of-ukrainian-women-is-indispensable-melanne-verveer-about-the-role-of-women-in-the-future-of-ukraine-25042023-13168>

Напря́м 2. Гендерна рівність та роль громадського сектору в підприємстві під час війни: досягнення та завдання.

GENDER EQUITY AND THE ROLE IT PLAYS FOR BUSINESS DEVELOPMENT

Shippee, Tetyana Pylypiv

PhD in Sociology and Gerontology

Professor with Tenure

Division of Health Policy and Management

School of Public Health

University of Minnesota

Gender inequality is both a moral and social issue and a critical economic challenge. Women account for half the world's working-age population and if they do not achieve their full economic potential, the global and local economies will lag.

Research shows that gender equity has implications for global economic development and local business growth (Global Gender Gap report, 2020). Gender equity includes key dimensions of Economic Participation and Opportunity, Educational Attainment, Health and Survival, and Political Empowerment. Yet, despite strides made, a staggering 31.4% average gender gap still persists. If the countries keep up the current rate of change, the estimates show that the overall global gender gap will close in 99.5 years, on average, across 107 countries. Narrowing the gender gap could add between \$12 and \$28 trillion (McKinsey & Company's Global Institute report 2015). UN Women report in 2023 shows that most gaps remain, especially in leadership and economic development (UN Women, 2023).

When examining the global rankings for gender equity, Iceland is once again the most gender-equal country in the world for the 11th time in a row. It has closed almost 88% of its overall gender gap. Iceland is followed by Norway (2nd, 84.2%), Finland (3rd, 83.2%) and Sweden (4th, 82.0%). Ukraine is in 59th place. Of not, Ukraine's rank in 2020 has improved by 6 points, with gender equity at 72%. US was the 53 place on the list, with a score very similar to Ukraine.

The focus of this work is specifically on economic participation and its role in business development. Key dimensions of gender equity for businesses include equal pay; equal treatment at work; equal representation on leadership teams; and equal access to training and career building opportunities.

In the realm of business development, gender equity can have a profound impact on business performance. These include improved decision-making, greater employee satisfaction and retention, enhanced collaboration, wider talent pool, different perspectives, and better reflection of customers, which all lead to greater profitability.

Improved Decision-Making: Studies have shown that diverse groups often make better decisions. Studies have shown that inclusive teams make better business decisions up to 87% of the

time. Teams with less diversity are more likely to make poor choices for their companies (Cloverpop 2020). Bain and Co. research shows that decision making effectiveness is 95% correlated with financial performance.

Greater Employee Satisfaction and Retention: A gender-equitable workplace often results in higher job satisfaction, which can lead to improved employee retention. When employees feel valued and treated fairly, they are more likely to remain loyal to the company.

Enhanced Collaboration: Gender-balanced teams often experience healthier team dynamics, with improved communication and collaboration. This can lead to more effective team performance.

Access to a Wider Talent Pool: Emphasizing gender equity allows businesses to tap into a broader talent pool. This is particularly important in industries where there is a skills shortage.

Diverse Perspectives and Innovation: A gender-diverse workforce brings a wider range of perspectives, experiences, and ideas. This diversity can lead to more creative and innovative problem-solving, which is crucial for businesses in a competitive market.

Better reflection of customers: Companies that are committed to gender equity can see a positive impact on their brand and reputation. Customers and clients are increasingly looking to support businesses that demonstrate social responsibility and inclusiveness.

Better Financial Performance: There is a growing body of research suggesting a correlation between gender diversity on executive teams and financial performance. Companies with more gender diversity, especially in leadership positions, tend to have better financial returns.

Adaptation to Global Markets: For businesses operating globally, gender equity is important to understand and cater to diverse customer bases. It allows companies to better understand and meet the needs of a diverse global market.

Promoting gender equity isn't just a moral obligation; it's an indispensable ingredient for thriving business in an ever-evolving global landscape, including during war time in Ukraine.

References

1. Blenko, M. W., Mankins, M., and Rogers. P. 2010. "The Decision-Driven Organization." Harvard Business Review. <https://hbr.org/2010/06/the-decision-driven-organization>.
2. Cloverpop. 2020. White paper: Hacking Diversity with Inclusive Decision-Making. https://www.cloverpop.com/hacking-diversity-with-inclusive-decision-making-white-paper?utm_campaign=Forbes&utm_source=Forbes&utm_medium=Forbes%20Hacking%20Diversity%20White%20Paper
3. Global Gender Gap Report 2020. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/publications/global-gender-gap-report-2021/in-full/gggr2-references/>
4. International Labour Organization (ILO), Economic Impacts of Reducing the Gender Gap (What Works Research Brief No. 10), 2017.
5. McKinsey & Company Global Institute. 2015. The Power of Global Gender Parity. https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/public%20and%20social%20sector/our%20insights/how%20advancing%20womens%20equality%20can%20add%2012%20trillion%20to%20global%20growth/mgi%20power%20of%20parity_executive%20summary_september%202015.pdf

ФАКТОРИ, ЩО ЗУМОВЛЮЮТЬ ГЕНДЕРНУ НЕРІВНІСТЬ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Костючок Р.П.

магістр кафедри міжнародних економічних відносин

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Науковий керівник:

Михайлишин Л.І.,

д.е.н., проф., зав. кафедри міжнародних економічних відносин

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Підприємництво вважається каталізатором економічного зростання шляхом створення та розвитку бізнес-підприємств, незважаючи на можливі ризики, в результаті чого створюється велика кількість робочих місць. Концепція жіночого підприємництва набула широкого значення в усьому світі, починаючи з 2007 року. Жінки-підприємці описуються як особи, які мають бажання започаткувати свій бізнес, керувати фінансами, вирішувати щоденні проблеми і виконувати інші завдання. Тому участь жінок у бізнесі розглядається як необхідність, в той час як для чоловіків це є можливістю. Тому всі фактори, які впливають на жіночий успіх у підприємстві, викликають інтерес у політиків та дослідників по всьому світу [3].

На сьогоднішній день інновації являють собою чудовий термін для всеохоплюючого розуміння соціально-економічного розвитку країн в усьому світі. Під інноваціями розуміють можливість підвищення продуктивності, створення та покращення найрізноманітніших продуктів і послуг. Проте, в науковій літературі ролі жінок в інноваціях приділено недостатньо уваги, дослідження не спрямовані на гендерні відмінності. Тому не можна ігнорувати роль жінок в інноваціях і варто проводити більше наукових досліджень по даній тематиці [5].

Важливими силами економічного зростання і розвитку є підприємництво та інновації, оскільки завдяки ним створюються нові робочі місця, покращується добробут населення, а також відбувається розвиток соціальних і технологічних систем. Проте, для жінок, які займаються підприємством і хочуть створити нове або розвивати вже створене підприємство, досі існує багато перешкод, через що вони мають меншу можливість робити значні внески в підприємницьку діяльність та інновації. Це зумовлено тим, що дана діяльність значною мірою сформована гендерними стереотипами, що слугує джерелом відповідних упереджень і нерівності, що в свою чергу, обмежує здатність жінок до інновації. Тому політики та дослідники дедалі більше стурбовані та зацікавлені усуненням цієї проблеми через просування гендерної рівності [6].

Згідно з феміністичним соціальним поглядом на підприємництво гендерна нерівність зумовлюється соціально-демографічними характеристиками, серед яких структурні перешкоди та дискримінаційна політика. Головна роль в інноваціях відводиться чоловікам, а не жінкам, бо вони є більш успішними та наполегливими, ніж жінки, яким приписується роль підтримки і співпереживання. Також сюди приписують психологічні характеристики, як схильність до ризику чоловіків та впевненість в собі. Тому жінки вважаються не такими підприємливими, порівняно із чоловіками [4].

Незважаючи на значний прогрес стосовно розвитку жіночого підприємництва і гендерної рівності в цілому протягом останніх років, жінки все ще продовжують стикатися із значними викликами для виходу на ринок праці, праві отримувати рівнозначну зарплатню, яку отримують чоловіки, створення та розвиток власного бізнесу. Крім того, на ці виклики впливає те, як жінки можуть балансувати між підприємницькою та домашньою діяльністю, а також слабка або взагалі відсутня підтримка від інших членів сім'ї. Хоч жінки, на сьогоднішній день, демонструють сміливість, рішучість, наполегливість та хороші результати у підприємницькій діяльності, вони стикаються з потребою вдосконалення у сферах маркетингу, фінансів, технологій та різноманітних наукових галузей, щоб могли краще розвиватися і керувати бізнесом. Жіноче підприємництво також стикається з такими проблемами, як фінансові проблеми та гендерна нерівність. Це пов'язано з існуванням упередження, що жінка не може досягти такого ж успіху і результатів у порівнянні з чоловіками, що призводить до виникнення соціальної недовіри та несприйняття, що викликає у жінок вразливість і страх критики і соціальний тиск [2].

Покращення ситуації стосовно прав та можливостей жіночого підприємництва і гендерної рівності в цілому може сприяти прискоренню відновлення Європи, оскільки значна їх кількість на ринку праці ЄС стимулюють його економіку. Проте, хоча жінки і становлять 52% від загальної кількості населення Європи, з цієї кількості лише 34,4% є самозайнятими громадянами і 30% є підприємцями-початківцями відповідно. Це пояснюється тим, що жіноче підприємництво все ще продовжує стикатися у своїй діяльності із структурними та операційними перешкодами. Серед них можна виділити наступні: проблеми з фінансуванням, відсутність впевненості в своїх силах на шляху до кар'єри, догляд за дітьми та неоплачувана робота по догляду. Однією з них є відсутність зацікавленості інвесторів щодо сфер, в яких домінують жінки (прибирання, особисті послуги, охорона здоров'я та інші). Жінки менш впевнені у своїх силах, тому вони рідше і неохоче подають заявки, оскільки вони бояться зазнати невдачі. Реалізації бізнес-потенціалу перешкоджають обмеження в сімейних рамках, оскільки вони переважно доглядають за дітьми, що стає на заваді своєї реалізації. Проте, гендерний розрив серед людей, що працюють у соціальній сфері, загалом менший [1].

Список використаних джерел:

1. Costantini, Anastasia, and Alessia Sebillio. "Gender equality and women empowerment in social economy enterprises: enablers and barriers." *Gender equality and women empowerment in social economy enterprises: enablers and barriers: Costantini, Anastasia/ uSebillo, Alessia*. Liège (Belgium): CIRIEC International, Université de Liège, 2022.
2. dos Santos¹, Valdeci Ferreira, et al. "Female entrepreneurship: Evolution, current challenges, and future prospects." *International Journal of Business Administration* 10.5 (2019).
3. Noor, S., Isa, F.M. and Shafiq, A. (2022): *Women's Entrepreneurial Success Models: A Review of the Literature*. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, Vol. 18, No. 1, pp. 137–162.
4. Ruiz, L.E., Amorós, J.E. & Guerrero, M. Does gender matter for corporate entrepreneurship? A cross-countries study. *Small Bus Econ* 60, 929–946 (2023). <https://doi.org/10.1007/s11187-022-00617-6>
5. Singh, A., Das, U., & Kumar, S. (2022). Gender, technology and innovation: the role of women in Indian micro, small and medium enterprises. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 18(4), 429-443.
6. Veckalne, R., & Tambovceva, T. (2023). The Importance of Gender Equality in Promoting Entrepreneurship and Innovation. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 158-168. <https://doi.org/10.21272/mmi.2023.1-14>

ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ - ЗАПОРУКА УСПІШНОГО ТА СТАЛОГО БІЗНЕСУ

Ключник А.В.,
доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри публічного управління та адміністрування і міжнародної економіки
Гринюк Є. О.,
здобувачка вищої освіти четвертого року навчання ОС «Бакалавр» спеціальності «Менеджмент»
Миколаївський національний аграрний університет

Справедливий і безпечний світ для всіх є кінцевою метою роботи людства щодо Жінки, для яких світ не був ані справедливим, ані безпечним протягом тисячоліть, тепер борються за своє законне право на рівну з чоловіками роль у всіх сферах суспільного життя. За останні роки помітність жінок у бізнес-секторі значно зросла. Це вже не рідкість почути від лідерів бізнесу чи засновників стартапів. Проте гендерна рівність у бізнесі – це не лише кількісне співвідношення жінок і чоловіків у компанії, а й однакова сила голосу жінок і чоловіків у прийнятті рішень.

Метою дослідження є обґрунтування гендерної рівності як основи добробуту працівників бізнес-організації. Для досягнення поставленої мети були поставлені та вирішені такі завдання: визначено зв'язок між сталим розвитком організації бізнес-організації та благополуччям її працівників; виокремлено складові благополуччя працівників бізнес-організації; охарактеризовано гендерну рівність як один із елементів програм благополуччя співробітників бізнес-організації.

На сьогодні жодна країна світу не досягла рівності між чоловіками та жінками. За нинішніх умов розвитку на подолання гендерної нерівності в Європі знадобиться 60 років, але на зрівняння прав жінок і чоловіків у всьому світі знадобиться набагато більше – 257 років. Незважаючи на помітний прогрес у рівноправності, старий як світ патріархальний розподіл сфер діяльності між чоловіком і жінкою не зникає, а лише змінюється і тепер

поширюється й на економіку. В одних сферах корпоративного управління частка жінок висока, в інших зовсім незначна. Близько 50 відсотків жінок очолюють відділи кадрів або керують фінансами та адміністрацією, тоді як менше 20 відсотків жінок-топ-менеджерів керують дослідженнями та розробками та оцінюють фінансові показники компанії.

У секторі малого бізнесу жінок більше, ніж чоловіків, тому що жінкам набагато легше відкрити власний малий бізнес, ніж змагатися за шанс керувати вже створеним бізнесом. Проте великий бізнес у руках чоловіків. Що таке великий бізнес це сотні й тисячі робочих місць, половину з яких можуть зайняти жінки. Існують десятки підрозділів, які можуть очолювати жінки. Це можливість зробити реальні зміни на краще в житті реальних людей. Робота у великій компанії дає жінкам можливість отримати нові знання та навички, забезпечує цілеспрямований погляд у майбутнє та відкриває можливості для просування по кар'єрних сходах. Але якщо в топ-менеджменті великої компанії немає жінок, перспективи кар'єрного зростання для жінок на нижчих посадах абсолютно примарні.

Таким чином, забезпечуючи гендерну рівність на робочому місці, бізнес-організації мають можливість не лише покращити благополуччя своїх співробітників, підвищуючи тим самим продуктивність та ефективність компанії, а й стати амбасадорами досягнення цілей сталого розвитку. Забезпечення гендерної рівності в бізнес-організаціях має особливе значення, оскільки в жодній сфері така дискримінація не сприймається так гостро, як у трудових відносинах, і має прямий зв'язок із благополуччям на робочому місці. Хоча нерівність стосується обох статей, гендерні проблеми є найбільш поширеними серед жінок – стійкі гендерні стереотипи, відсутність рівних можливостей і більша вразливість жінок до багатьох форм дискримінації, які поширюються у доступі до роботи, професійного зростання та оплати праці.

Основними принципами на шляху досягнення гендерної рівності в рамках концепції благополуччя працівників бізнес-організації мають бути: об'єктивна організаційна політика та практика підбору та просування працівників; політика балансу між роботою та особистим життям; рівні можливості для просування по службі; корпоративна культура, що підтримує гендерну рівність; а також реалізація програм професійного розвитку, а саме навчання та коучинг для жінок.

Компанії повинні працювати над тим, щоб збалансувати гендерну асиметрію в різних сферах корпоративного життя на всіх рівнях, щоб створити модель лідерства, в якій стратегічні цілі однаково переслідуються як чоловіками, так і жінками. Оскільки рівність між жінками та чоловіками є ключем до успішної та сталої компанії. Тому, підтримуючи та розвиваючи жіноче лідерство, компанії дбають не лише про жінок, а й про їхні прибутки та репутацію. Сьогодні компанії мають усі можливості та інструменти для розширення прав

жінок. А наявність можливостей покладає на кожну компанію велику відповідальність за її дії чи бездіяльність у покращенні глобальної ситуації щодо гендерної рівності у світі.

У результаті проведеного дослідження ми дійшли висновку, що політика благополуччя співробітників у постінформаційному суспільстві, яка включає гендерну рівність і різноманітність, є основоположною для бізнес-організацій, які прагнуть створити краще робоче середовище, а також забезпечити організаційну ефективність за рахунок досягнення цілей сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Дослідження добробуту співробітників: визначення шляху до успіху // Делойт. 2021. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ua/Documents/Press-release/Survey%20on%20well-being%20at%20work.pdf>
2. Пампуха Л. О. Гендерні аспекти ефективного менеджменту. 2009. URL: http://novyn.kpi.ua/2009-1/08_Lompuh.pdf
3. Шевченко Л., Кобікова Ю., Ламаш І. В. та ін. Гендер у психолого-соціологічних дослідженнях : навч. посіб. Київ : [б. в.], 2015. 148 с.

УПРАВЛІННЯ ГРОМАДСЬКИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ ТА ЇХ ПСИХОЛОГІЧНА СТІЙКІСТЬ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Курган Ю.О.,

здобувачка вищої освіти четвертого року навчання ОС «Бакалавр» спеціальності «Менеджмент»

Миколаївський національний аграрний університет

Від початку російського вторгнення українці продемонстрували свою витривалість і стійкість. При цьому, незалежно від того, наскільки стійко людина їх сприймає, ці події впливають на її психічний стан, на те, чи вважає людина себе сильнішою.

Сила емоційного реагування людини на війну не завжди прямо співвідноситься з щойно пережитими випробуваннями. Насправді, травма від спостереження за війною ззовні може сильно вплинути на психологічний стан людини, навіть якщо ця особа фізично захищена та в безпеці.

За оцінками міністра охорони здоров'я Віктора Ляшка, 14 мільйонів українців потребують психологічної допомоги [1]. Це невідкладний пріоритет, оскільки, щоб бути ефективними, професійні поради мають бути своєчасними та наданими якомога швидше.

Ще до початку повномасштабного вторгнення в Україну багато українців мали ряд психологічних проблем, таких як повоєнний синдром, синдром втрати та відчуття покинутості. Після 24 лютого кількість хворих на подібні психологічні захворювання зросла в рази.

Зараз існує багато ініціатив від громадських організацій, благодійних фондів та інших установ для надання психологічної допомоги. Наприклад, проєкт «Термінові заходи щодо кризової психосоціальної адаптації, формування резильєнтності та елімінації наслідків (UACARE)», який впроваджується громадською організацією «Девелопмент Фаундейшн» за

підтримки ПРООН і фінансування Європейського Союзу [2]. Проєкт був спрямований на допомогу внутрішньо переміщеним особам в дев'яти областях.

Юлія Пасхіна, психологиня та керівниця проєкту «Гаряча лінія психологічної підтримки для сімей, члени родин яких зникли безвісти, потрапили в полон, зазнали катувань чи сексуального насильства» очолила ініціативу, яка впроваджується ГО «Міжнародна конфедерація протидії корупції, організованій злочинності та тероризму» у партнерстві з ГО «Спільноти самодопомоги» [2]. Гаряча лінія, яка була створена спеціально для надання підтримки сім'ям, члени сім'ї яких зникли безвісти, захоплені, зазнали тортур чи сексуального насильства, була створена завдяки грантовій підтримці ПРООН та ЄС.

Завдяки співпраці з Благодійним фондом «СпівДія» у межах проєкту «Підтримка реабілітації людей з інвалідністю, спричиненою війною» та у партнерстві з Урядами Республіки Корея та Німеччини ПРООН [2] вдалося допомогти українцям і українкам подолати емоційне навантаження, спричинене війною.

Місія цього партнерства полягає в тому, щоб підвищити рівень обізнаності про психічне здоров'я та доступність психологічної допомоги, яка надається через групові заняття та індивідуальні консультації з урахуванням груп ризику. Ці уроки проводяться відповідними соціальними працівниками, які зараз є частиною мультидисциплінарних реабілітаційних команд, що працюють у медичних закладах.

В рамках проєкту створені та організовані спеціалізовані курси та вебінари «Як підготуватися до повернення військового додому» та «Сприяння поверненню ветерана до цивільного життя» [2]. Ці спеціалізовані програми розроблені для вирішення конкретних проблем, з якими стикаються люди, які постраждали від війни, шляхом надання практичних рекомендацій та підтримки.

Працівники громадських організацій не є виключенням із ситуації та також потребують психологічної підтримки. На співробітників та волонтерів покладено зараз багато завдань та запитів, вони приймають участь у міжнародних та вітчизняних ініціативах з поліпшення психологічної стійкості населення. Хоча самі команди громадських організацій працюють в умовах постійного стресу, здебільшого в режимі тотального онлайну — це впливає на робочу атмосферу, ефективність внутрішньої комунікації та роботи. Підтримка ефективного робочого ритму під час війни — виклик для кожної команди. У складних умовах необхідно бути згуртованими, вміти діяти в єдності, а також надавати підтримку.

Тож розглянемо шляхи, як громадські організації можуть зберігати власну ресурсність, вибудовувати психологічну стійкість команди завдяки внутрішній комунікації, повертати відчуття самоефективності, що є одним із компонентів першої психологічної допомоги.

По перше, необхідний живий контакт між співробітниками. Через те, що майже 50% людей є екстарвертами та їх психологія потребує прямого контакту та отримання сенсорної інформації від оточуючих.

По друге, необхідний психосоціальний супровід діяльності громадської організації. Наприклад, у ГО «Повернись живим» [3], є гарантована послуга психотерапевта для працівників на безоплатній основі. Тому що, більшість волонтерів та громадських діячів, можуть відчувати, що недостатньо роблять для скорішої перемоги, для допомоги волонтерів. Щоб подолати ці негативні думки, людині потрібен спеціаліст.

По третє, необхідно робити важливу ставку на активностях в організаціях, зрозуміло що не помпезних святах, а на внутрішньо-корпоративні заходи спрямовані на соціальну відповідальність. Наприклад, акції на підтримку конкретних працівників, командні змагання, турніри, офісні конкурси та інші не фінансово затратні активності, котрі можуть надати відчуття прив'язаності членів громадської організації до спільної дії. Будь-яка позитивна дія, це повернення почуття самоефективності людини, що є першим кроком на шляху до психологічної допомоги.

Також ефективним заходом для колективної ефективності є навчання. Щоб запобігти вигоранню, колективу необхідно весь час удосконалюватись. Можна вивчати та проходити курси, з тих тем, що є наразі актуальними: надання першої домедичної допомоги, протидія інтернет-шахрайству та зміцнення інформаційного поля. Це беззаперечний спосіб рухатись команді вперед.

Люди, які переживають різні емоційні стани, пов'язані з війною, можуть змінити свою звичну поведінку чи пріоритети. Зростає самозвинувачення, що не дозволяє вести більш-менш «спокійне» життя. Первинна психологічна допомога – це саме те, що зараз потрібно українцям.

Усі ці заходи разом можуть допомогти подолати внутрішню психологічну кризу, запобігти виснаженню, конфліктам та розпаду колективу під час війни.

Який би шлях не обрали психологи чи активісти, будь-який внесок у зміцнення психічного здоров'я українців є неоціненним. Підтримка вразливих груп населення та людей, які потребують особливої допомоги, є кроком вперед на шляху українців до зміцнення психічного здоров'я та вищого рівня добробуту, необхідних для виживання в умовах війни.

Список використаних джерел:

1. "14 млн українців потребують психологічної допомоги через війну" — Віктор Ляшко / Суспільне новини. Ярослав Прищепя. 2023. URL: <https://suspilne.media/357122-14-mln-ukrainciv-potrebuut-psihologicnoi-dopomogi-cerez-vijnu-viktor-lasko/>
2. Психічне здоров'я в умовах війни: як громадські організації, підтримувані ПРООН, надають психологічну допомогу українцям / UNDP в Україні. 2023. URL: <https://www.undp.org/ukraine/news/psychichne-zdorovya-v-umovakh-viyny-yak-hromadski-orhanizatsiyi-pidtrymuvani-proon-nadayut-psykholohichnu-dopomohu-ukrayintsyam>

3. Як зберігати власну ресурсність та вибудувати психологічну стійкість команди у час війни / Громадський простір. 2023. URL: <https://www.prostir.ua/2023/05/yak-zberihaty-vlasnu-resursnist-ta-vybudovuvaty-psyholohichnu-stijkist-komandy-u-chas-vijny/>

УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМИ ПРОЄКТАМИ, СПРЯМОВАНИМИ НА ПІДТРИМКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Ляхович Х.І.

*студентка 2 курсу магістратури, спеціальності 073 Менеджмент
ОП «Бізнес-адміністрування»*

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

У сучасних умовах воєнного стану Україна стикається із значними негативними наслідками для суспільства, економіки та підприємництва, що суттєво впливають на функціонування бізнес-структур. Із 24 лютого 2022 року підприємництво в Україні перебуває у постійному стані перманентної нестабільності та демонструє вразливість до різних загроз, що вимагає особливої уваги до його підтримки [3]. У цьому контексті виникає потреба в реалізації соціальних проєктів, спрямованих на підтримку підприємництва та забезпечення сталості підприємницької діяльності. Такі ініціативи відіграють невід’ємну роль у стимулюванні економічного розвитку країни та формуванні стійкої соціально-економічної системи.

Варто зазначити, що соціальні проєкти шляхом надання фінансової, консультативної та освітньої підтримки підприємствам створюють сприятливе середовище для їх розвитку і стимулюють появу нових та розширення існуючих підприємств. Це сприяє збільшенню виробництва, залученню інвестицій і створенню нових робочих місць. Розвиток підприємництва створює нові можливості для працевлаштування та сприяє підвищенню рівня зайнятості, що, у свою чергу, призводить до покращення якості життя населення. Такі соціальні проєкти сприяють розвитку інновацій та впровадженню передових технологій у підприємницькому секторі. Заохочуючи дослідження та розвиток, такі проєкти сприяють конкурентоспроможності підприємств на міжнародному рівні та розширюють можливості для експорту. Крім того, соціальні проєкти можуть здійснювати особливий фокус на підтримку жіночого підприємництва та його розвиток серед вразливих груп населення, сприяючи соціальній інклюзії та зменшенню нерівностей. Загалом соціальні проєкти, спрямовані на підтримку підприємництва, стають каталізатором для сталого економічного зростання та соціальної розвиненості, допомагаючи Україні подолати виклики та досягти стійкої економічної позиції.

На жаль, тема управління соціальними проєктами, спрямованими на підтримку підприємництва в Україні, залишається недостатньо вивченою в українському науковому середовищі. Хоча сучасний стан економіки та соціальної сфери країни вимагає

систематичного й глибокого аналізу цієї теми, досліджень у цьому напрямку досі не достатньо.

В умовах воєнного часу управління соціальними проектами, спрямованими на підтримку підприємництва в Україні, стикається із специфічними викликами, які обумовлені нестабільністю та невизначеністю ситуації, крім того необхідно враховувати не лише економічні аспекти, але й фактори безпеки та стабільності в регіоні [2]. З огляду на це, доцільним буде виділити кілька ключових особливостей управління соціальними проектами в умовах війни.

Однією з ключових особливостей управління соціальними проектами є невизначеність майбутнього [2]. Ситуація часто змінюється, що призводить до загрози не лише реалізації соціальних проектів, але й актуальності деяких підприємств. Можемо зазначити, що умови воєнного часу різко переформатували сферу актуальності та значущість певних підприємств, і багато з них, через непередбачувані обставини, були змушені припинити свою діяльність. В умовах постійних змін та невизначеності важливо стає не лише реагувати на виклики, а й активно адаптуватися до нових умов. Управління соціальними проектами вимагає від організаторів гнучкості та здатності швидко перебудовувати стратегії. Необхідно акцентувати увагу на пошуку інноваційних рішень і підходів, щоб ефективно впоратися із змінами та викликами, що виникають під час реалізації проектів. Управління соціальними проектами, спрямованими на підтримку підприємництва, в умовах війни повинно виявляти максимальну гнучкість та адаптивність. Окрім того, підприємства, які були підтримані соціальними проектами, можуть стикатися з особливими труднощами через нестабільність економічного середовища.

Друга важлива особливість управління соціальними проектами, спрямованими на підтримку підприємництва в умовах війни, полягає в необхідності переосмислення пріоритетів у сфері соціальної підтримки [2]. Основний акцент в умовах війни виходить за межі базових потреб населення. Одночасно необхідно розвивати економіку та надавати допомогу підприємцям, які стикаються з труднощами у збереженні та розвитку своїх підприємств. Навіть у такий непростий час важливо визнавати роль підприємців у відновленні економіки та підтримувати їхні ініціативи. Управління соціальними проектами повинно бути спрямоване на створення умов для економічного відновлення, що включає надання фінансової підтримки, навчання й консультування для підприємців, а також створення сприятливого бізнес-середовища, яке сприяє їхньому успіху навіть в умовах війни.

Наступна особливість управління соціальними проектами полягає у сприянні інклюзивності: В умовах війни підтримка підприємництва може бути особливо важливою для груп, які знаходяться у вразливому становищі, наприклад: жінок, людей з інвалідністю та переселенців. Соціальні проекти повинні спрямовуватися на розширення можливостей та

створення рівних умов для всіх підприємців, незалежно від їхнього соціального й етнічного походження, статі або інших факторів. Інклюзивні соціальні проєкти сприяють не тільки економічному відновленню, але й формуванню суспільства, що дотримується принципів справедливості та рівності.

В управлінні соціальними проєктами, спрямованими на підтримку підприємництва в умовах війни, виникає важлива особливість — значна кількість стейкхолдерів. У цьому контексті багато формальних і неформальних організацій займаються різними аспектами відновлення країни та надання допомоги населенню [1]. Управління соціальними проєктами на підтримку підприємництва вимагає ретельного врахування та координації великої кількості внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів із різних груп. Гнучкість та вміння ефективно взаємодіяти з цією різноманітністю стають ключовими факторами успішного виконання соціальних проєктів у таких умовах.

Отже, управління соціальними проєктами, спрямованими на підтримку підприємництва в Україні, має свої особливості, які вимагають уважного аналізу та імплементації. Важливо визнати, що виклики управління соціальними проєктами в умовах воєнного часу потребують комплексного та детального підходу. Гнучкість, адаптивність, інклюзивність та взаємодія з різноманітними стейкхолдерами є ключовими факторами успіху в реалізації таких ініціатив.

Список використаних джерел:

1. Кадикова І. М., Ларіна С. О., Чумаченко І. В. Метод визначення очікувань зацікавлених сторін і їх коригування при стратегічному управлінні програмою проєктів. *Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості*. 2019. № 1 (7). С. 51–58. URL: <https://eprints.kname.edu.ua/52214/1/document.pdf>
2. Міроєвський Є.Є., Кадикова І.М. Управління соціальними проєктами як складова системи забезпечення безпеки за умов війни. *Інновінг сучасних трендів в менеджменті безпеки*. 2023. С. 93-95
3. Мурована Т. О. Вітчизняне підприємництво в умовах воєнного стану: основні тенденції та методи підтримки. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 47. 8 с. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-49>

КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ-ОСНОВА СТАБІЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Пилипів Н.І.

д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки

Подяча Я. В.

бакалавр, спеціальність «Підприємництво та торгівля»,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

На сьогодні поняття культури підприємництва є порівняно новим у контексті економічних наук. Тому науковою спільною випрацьовуються різні підходи, кожен з яких розглядає таке поняття з різних точок зору, що свідчить про відсутність єдиного його визначення. Розуміння культури підприємництва може також варіюватись в залежності від акценту дослідника на окремі аспекти, такі як інновації, ризикованість, різну адаптивність, підприємливість тощо.

Для вирішення цієї проблеми необхідні подальші дослідження сутності поняття культура підприємництва та конкретне його визначення, яке має враховувати різноманітні аспекти та специфічні особливості функціонування підприємств.

Питання культури підприємництва досліджувало багато учених-економістів: Д. Закатного, А. Колихалової, Д. Тхоржевського, Г. Шевченка, В. Плахути, М. Тищенко, О. Ястремської та інших. Кожен учений, збагатив наші знання щодо визначення сутності культури підприємництва, які функції вона виконує, обґрунтував її роль у ставленні і розвитку економіки України[1].

Слід відмітити, що розвиток виробництва та підвищення культури пов'язані між собою, тому для досягнення економічних цілей необхідно підвищувати культуру у всіх сферах суспільного життя. Водночас, підвищення культури є не тільки засобом для досягнення економічних результатів, але й становить важливу цінність самої людської цивілізації, яка повинна бути захищена та розвиватися.

Підприємницька культура охоплює широкий спектр питань ділової етики та етикету. У кожній галузі чи сфері підприємницької діяльності існують свої правила поведінки, але майже у всіх конкретних випадках вони базуються на:

- чесності підприємця;
- забезпеченні високої якості й технічного рівня своєї продукції;
- забезпеченні безпеки праці;
- чесних і порядних відносинах з постачальниками, клієнтами, партнерами по бізнесовій діяльності.

Культура підприємництва відіграє важливу роль у розвитку бізнесу, оскільки вона впливає на сприйняття та ставлення співробітників до роботи, а також на досягнення спільних цілей. Унікальні цінності та підходи, прийняті на підприємстві, а також ставлення до ризику, інновацій, співпраці, толерантності, підвищення конкурентоспроможності та залучення талановитих співробітників, є важливими аспектами діяльності підприємств.

На практиці, культура підприємництва визначає, як бізнесмен взаємодіє з клієнтами, партнерами, підлеглими та іншими учасниками підприємницької діяльності. Культура підприємця включає в себе відповідні норми, вимоги, знання та навички, які допомагають адаптуватися до вимог та навколишнього середовища у сфері бізнесу. [2].

Враховуючи наведене важливо відмітити значення етикету ділового спілкування для формування світогляду фахівця, адже: звернення до етикету різних народів відкриває можливість співробітництва і розумінню етикетного виховання, сприяє більш ефективній управлінській діяльності; вивчення правил етикету забезпечує високий рівень культури спілкування, наслідком якої є забезпечення взаємного обміну результатами діяльності; вивчення етикетної поведінки в різних комунікативних ситуаціях знімає протиріччя між

практичним розрахунком та культурою поведінки; дає можливість зрозуміти, як розгортається процес формування етичної свідомості професіоналів [3].

Це свідчить, що має місце взаємозв'язок між культурою підприємництва та діловим етикетом, який полягає в тому, що вони обидва взаємодіють між собою в межах різних аспектів для створення сприятливого, позитивного, етичного та ефективного бізнес-середовища, де співробітники відчують себе комфортно, а взаємини базуються на взаєморозумінні та довірі(табл.1,табл 2.).

Таблиця 1

Характеристика культури підприємництва

Аспект	Опис
Інновації та Ризик	Визначає ставлення до інновацій та готовність до ризику.
Менторство	Підтримка менторства для передачі досвіду новим підприємцям.
Підприємницький Дух	Сприяє або гальмує розвиток підприємницького духу в корпораціях.

Таблиця 2

Характеристика ділового етикету

Аспект	Опис
Формальність	Впливає на стиль спілкування та проведення бізнес-зустрічей.
Пунктуальність	Визначає важливість своєчасного приходу та проведення подій.
Комунікація	Стиль взаємодії визначається відкритістю .
Повага до ієрархії	Впливає на взаємовідносини та спосіб прийняття рішень.

Зокрема, взаємодія по аспектах, які вищенаведені в таблицях, впливає як формування внутрішнього середовища так і на формування зовнішніх відносин та взаємодію з учасниками та проявляється в тому, що культура підприємництва визначає цінності, стиль комунікації, етичні стандарти та загальний підприємницький дух в організації та впливає на спосіб взаємодії підприємства з клієнтами, партнерами, постачальниками та іншими стейкхолдерами. Тоді як діловий етикет допомагає встановлювати правила внутрішньої

поведінки, забезпечуючи професійність та взаєморозуміння серед працівників та забезпечує відповідальні та етичні відносини зовнішніх учасників, підтримуючи репутацію підприємства.

Отже, якщо культура підприємництва визначає стиль управління, інноваційність та спроможність підприємства пристосовуватися до змін, то діловий етикет регулює спосіб взаємодії, комунікації та сприйняття підприємства у світі бізнесу. Разом вони становлять основу успішного та стабільного бізнесу, відображають професіоналізм та впевненість у керуванні, сприяючи розвитку бізнесу та встановленню довіри серед співробітників та клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Кучеренко В.Д. Особливості інноваційної діяльності підприємства торгівлі в ринкових умовах. Зб. наук. праць. Економічні проблеми невинробничої сфери. КДТЕУ. - Київ, 2017.
2. Основи підприємницької діяльності - Варналій З.С. – Режим доступу : <https://westudents.com.ua/knigi/164-osnovi-pdprimnitsko-dyalnost-varnaly-zs.html>
3. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділового спілкування: Навч. посіб. / Н.В. Ботвина – К.: Артєк, 2000. – С. 190.

МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИНЦИПУ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ

Сидорук Д.В.

здобувачка вищої освіти групи МЕН 3/2

Миколаївський національний аграрний університет, Україна

Науковий керівник: Кушнірук В.С.

к. е. н., доц., доцент кафедри готельно-ресторанної справи та організації бізнесу

Миколаївський національний аграрний університет, Україна

Важливим елементом принципу громадян є забезпечення гендерної рівності. Це особливо важливо з огляду на історичні особливості формування принципу рівності, який визначав привілейований статус чоловіків протягом більшості періодів розвитку людської цивілізації. У сучасному світі, хоча більшість країн формально нівелювали всі гендерні відмінності, на практиці в багатьох суспільствах все ще зберігаються певні стереотипи і традиції, які заважають жінкам повною мірою користуватися всіма доступними їм правами і свободами нарівні з чоловіками. Політична рівність між чоловіками та жінками є важливим елементом гендерної рівності.

Це означає не лише рівні умови для участі чоловіків та жінок у виборчому процесі, а й рівні можливості бути представленими у виборчих органах влади. Однак виборчі практики багатьох країн (у тому числі й України) свідчать про необхідність запровадження спеціальних механізмів забезпечення гендерної рівності у виборчому процесі. Тому дослідження механізмів забезпечення гендерної рівності на виборах є актуальним і потребує комплексного політологічного аналізу.

В основу нашого дослідження лягли аналітичні та наукові праці вітчизняних вчених, зокрема, М. Бучин [1], Г. Данчук [1], Г. Харламова [2], А. Ставицький [2] та інших. Ці

експерти та дослідники розглядали питання гендерної рівності та гендерної нерівності, а також аналізували національний та міжнародний досвід забезпечення гендерної рівності в політиці. Також важливим підґрунтям нашого дослідження стали міжнародно-правові акти, що регулюють питання гендерної рівності в політиці загалом які гарантують рівні умови для участі чоловіків і жінок у виборчому процесі [1].

Механізм забезпечення принципу гендерної рівності включає в себе різноманітні заходи, політики та програми, спрямовані на зменшення нерівності між чоловіками та жінками у суспільстві. Цей механізм може включати такі елементи, як:

1. Законодавчі акти - прийняття законів, які гарантують рівні права та можливості для чоловіків та жінок у всіх сферах життя, включаючи працю, освіту, політику та інші.

2. Гендерна політика - розроблення та впровадження спеціальних програм та стратегій, спрямованих на покращення становища жінок у суспільстві, включаючи заходи щодо боротьби з насильством, покращення доступу до освіти та охорони здоров'я.

3. Соціальні програми - розвиток соціальних програм, які сприяють балансу між роботою та сімейним життям, підтримують жінок у сфері материнства та догляду за дітьми, а також забезпечують соціальний захист для уразливих груп.

4. Освіта та інформаційна кампанія - проведення навчальних заходів та інформаційних кампаній з метою усвідомлення гендерних стереотипів, популяризації гендерної рівності та позитивного прикладу у суспільстві.

5. Моніторинг та оцінка - систематичний моніторинг та оцінка стану гендерної рівності в різних сферах життя, що дозволяє вчасно виявляти проблеми та приймати необхідні заходи для їх вирішення. Це лише кілька прикладів механізмів, якими можна забезпечити принцип гендерної рівності. Важливо враховувати конкретну ситуацію кожної країни та розробляти і впроваджувати заходи, які враховують потреби та особливості жінок та чоловіків в цьому суспільстві [2].

На шляху демократичного розвитку Україна прагне реалізувати громадянське суспільство, засноване на гуманітарних принципах. За останні роки Україна досягла значного прогресу у вивченні та розумінні гендерної проблематики. Прийняття Конституції України створило нові правові гарантії для формування громадянського суспільства. Принципи рівності прав і свобод громадян перед законом, гарантовані Конституцією України, є важливими для розвитку діяльності адміністративних органів щодо забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків. У Постанові ВРУ № 1904-IV станом від 29.06.2004 р. були схвалені Рекомендації парламентських слухань «Становище жінок в Україні: реалії та перспективи», в яких було окреслено позицію жінок в Україні, зазначено, що за останній період часу ситуація з безробіттям не покращилась та основну питому частину серед працездатного населення, яке не має роботи займають жінки.

Для забезпечення принципу гендерної рівності на виборах держави використовують низку механізмів, які сприяють політичній участі жінок зокрема у виробничому процесі. Найважливішими з цих механізмів є закріплення принципу гендерної рівності в національному законодавстві прийняття спеціальних законів на міжнародному рівні створення спеціальних органів, які займаються питаннями гендерної рівності, запровадження гендерних квот для гарантування певного рівня представництва жінок на виборах, а також проведення досліджень щодо гендерної рівності в окремих країнах.

Розвиток українського суспільства на засадах демократії вимагає нового змісту правових норм як важливого елементу регулювання гендерних відносин у суспільстві. Оскільки правовий статус жінки на соціальному та сімейному рівні є індикатором розвитку політичної, соціальної та правової системи держави, сьогодні існує нагальна потреба у прийнятті правових норм, які забезпечать розвиток рівності між чоловіками і жінками та рівноправних гендерних відносин.

При цьому найбільш широко принцип рівності може бути реалізований через державний механізм впровадження та забезпечення гендерної рівності в усіх сферах життєдіяльності суспільства через систему державних структур [3].

Список використаних джерел:

1. Бучин М. А., Данчук Г. Д. Основні механізми забезпечення принципу гендерної рівності у виборчому процесі. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. Випуск 2(54), 2022. С. 12-16. URL: <http://visnyk-ppsp.kpi.ua/article/view/264388/260510> (дата звернення: 13.11.2023).
2. Харламова Г., Ставицький А. Гендерне питання у підприємницькій діяльності: сучасне сприйняття підприємців. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 3(210), 2020. С. 42-52. URL: <http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2020/10/210-42-52.pdf> (дата звернення: 13.11.2023).
3. Правове забезпечення реалізації політики гендерної рівності у системі органів виконавчої влади. URL: https://minjust.gov.ua/m/str_4731 (дата звернення: 13.11.2023).

РОЛЬ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Слатвінська Л. А.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

В економіці незалежної України туризм посідає пріоритетне місце. Державні, регіональні програми розвитку економіки держави визначають його як сектор розвитку територій та покращення життя населення. Нині Україна переживає надзвичайно складний час – протистояння збройному, військовому тероризму з боку РФ. Індустрія туризму як і багато інших секторів нашої держави: освіта, наука, культура, медицина, агропромисловий комплекс працюють на обороностійкість нашої держави, забезпечуючи громадян: продуктами харчування, можливістю навчатись, отримувати медичні послуги, здійснювати реабілітацію та рекреацію. Завдяки цим сферам народного господарства ми можемо

популяризувати Україну у світі, демонструючи її величну історію та неймовірну любов до свободи.

Туризм як пріоритетний вектор розвитку національного господарства навіть у період воєнного стану та післявоєнного відновлення об'єднує і буде об'єднувати громадські організації, місцеві органи законодавчої влади, військові адміністрації, підприємців, які у свою чергу націлені на реалізацію державної політики в сфері туризму і забезпечують сталий розвиток галузі, шляхом об'єднання досвіду, знань і ресурсів усіх учасників туристичного ринку України та міжнародних партнерів. Сьогодні суспільство України працює над тим, щоб у найближчій перспективі Україна була приваблива, безпечна туристична дестинація та центр для проведення міжнародних конференцій і культурних заходів, країна в якій люди активно подорожують в цілях туризму.

Інституційна підтримка діяльності приватного сектору, державних військових адміністрацій, громадських організацій створює підґрунтя для формування та реалізації нових туристичних трендів. В першу чергу тренди, які спрямовані на розвиток сталого туризму повинні відповідати на питання, а яких результатів ми прагнемо? І саме у відповідях ми знаходимо основні напрямки руху: зростання кількості туристів у порівнянні з попередніми періодами; зростання інвестицій в індустрію гостинності країни в цілому; зростання кількості подій MICE (конгреси, виставки тощо) міжнародного рівня; зростання кількості повторних візитів до країни; зростання кількості позитивних публікацій і згадок про Україну як про туристичний напрямок.

У сучасних умовах розвитку туристичної індустрії, а саме у період воєнного стану продовжується інтегрування Республіки Україна з Європейським Союзом. Стимулюючим фактором розвитку є те, що законодавством України передбачено, що громадські об'єднання мають право реалізовувати свою мету (цілі) шляхом укладення між собою на добровільних засадах угод про співробітництво та/або взаємодопомогу, утворення громадських спілок відповідно до Закону України «Про громадські об'єднання», а також в інший спосіб, не заборонений законом. Громадські об'єднання можуть здійснювати співробітництво з іноземними неурядовими організаціями та міжнародними урядовими організаціями з дотриманням законів України та міжнародних договорів України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України [1].

Тому, особливо важливим є створення громадських організацій, які координуватимуть, регулюватимуть та сприятимуть діяльності туризму, сформуують консолідовані зусилля, що сприятиме підвищенню якості туристичних послуг та ефективнішому використанню рекреаційних ресурсів. Основними видами діяльності громадських туристичних організацій на сьогодні є: формування та розвиток екотрендів у туризмі; допомога розвитку професійного туристичного середовища і туристського громадського активу; розвиток

корпоративних форм туристського бізнесу, корпоративних стратегій та виконання партнерських проєктів; впровадження інновацій; поширення туристичної освіти та досліджень; вивчення впливу туристичної діяльності на економічну і соціальну сферу; вивчення кон'юнктури ринку та розробка рекомендацій; вдосконалення структури туристської галузі; покращення якості обслуговування; сприяння диверсифікації туристичного продукту; розвиток здорової конкуренції на туристичному ринку; сприяння розвитку партнерських зв'язків підприємств туризму підприємствами пов'язаних з туризмом галузей економіки, в першу чергу підприємствами транспорту, торгівлі та харчування, виставкового бізнесу, підприємствами кредитно-фінансової сфери [2].

Ефективність діяльності громадських організацій залежить від фінансування їхніх проєктів. Відповідно, ефективність громадських організацій можна підсилити за рахунок проєктів, які фінансуються грантодавцями, донорами, спонсорами.

Діяльність громадських організацій, які спеціалізуються на розвитку туристичного сектору буде більш ефективною та продуктивною для населення за умов сприяння своєю діяльністю забезпеченню досягнення стратегічних цілей розвитку регіону.

Основними сферами, які буде охоплювати діяльність громадських організацій у радіусі свого впливу визначаються стратегічною ціллю, а саме ««Висока якість життя»: екологія, безпека, інфраструктура» – екологічна безпека та збереження довкілля, безпека населення та територій, розвиток інфраструктури, просторовий розвиток та цифрова трансформація регіону».

Безпосередньо громадські організації можуть зосереджувати свою діяльність на реалізацію чотирьох операційних цілей [3]:

1. Екологічна безпека та збереження довкілля.
2. Безпека населення та територій.
3. Розвиток і модернізація інфраструктури.
4. Просторовий розвиток та цифрова трансформація регіону.

Очікується, що реалізація стратегічної цілі ««Висока якість життя»: екологія, безпека, інфраструктура» – екологічна безпека та збереження довкілля, безпека населення та територій, розвиток інфраструктури, просторовий розвиток та цифрова трансформація регіону за сприяння мікро-підприємництва, малого та середнього і великого бізнесу, державних адміністрацій та громадських організацій, які уже впроваджують загальноєвропейські стандарти якості, безпеки у найближчому майбутньому призведе до таких результатів: зменшення рівня забруднення атмосферного повітря; вдосконалення системи поводження з відходами; збереження та розширення мережі об'єктів природно-

заповідного фонду; покращення стану водних об'єктів області; розвиток мережі Центрів безпеки громадян; забезпечення пожежної та техногенної безпеки регіону; створення та підтримання функціонування систем централізованого оповіщення; використання у повній мірі логістичного потенціалу регіону; покращення транспортної доступності регіону; охоплення якомога більшої частини території області якісним стільниковим зв'язком та Інтернет-покриттям; забезпечення належного рівня очищення питної води; забезпечення формування інклюзивно-орієнтованого простору; розвиток туристичної інфраструктури регіону; розвиток системи надання адміністративних послуг в області.

Громадські організації як недержавний сектор управління туризмом спроможні виконувати завдання, які передбачені стратегіями національного та регіонального рівнів, які націлені на створення основи для внутрішньої самоорганізації туристичної сфери.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про громадські об'єднання». <https://ips.ligazakon.net/document/t124572?an=5> (дата звернення 15.10.2023).
2. Роль громадських організацій в розвитку зеленого туризму. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kolokolchukova.htm (дата звернення 15.10.2023).
3. Стратегії розвитку Черкаської області на період 2021-2027 роки. URL: <https://strategy2027-ck.gov.ua/> (дата звернення 15.10.2023).

ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Цюпа О.П.

к.е.н., доцентка кафедри фінансів

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Плець І.І.

к.е.н., доцент кафедри фінансів

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Одним із головних факторів формування і розвитку ринкової економіки, підтримки внутрішнього ринку є підприємництво. Яке здатне вирішувати як соціальні завдання (створення робочих місць та джерел доходів для населення, виробництва товарів і послуг за доступними цінами), так і економічні (залучення приватного капіталу і зовнішніх інвестицій, наповнення бюджету). Підприємництво має великий вплив на життєдіяльність територіальної громад, є його одним з найважливіших структурних елементів.

Сьогодні у світі жіноче підприємництво набирає обертів, Україна також не виключення. В нашій країні реалізується велика кількість програм з підтримки жіночого бізнесу, переважно за рахунок коштів місцевих бюджетів та міжнародних проєктів та програм. Активізувались жіночі громадські організації, налагоджується ефективна комунікація та мережування жінок у бізнесі. Жінки опановують нові галузі економіки, де

доцільніше реєструвати компанію. За останні три роки спостерігається вплив війни на гендерний розподіл підприємців (рис.1.).

Так, у 2022 році серед зареєстрованих фізичних осіб підприємців (ФОП) частка жінок зменшилась, в порівнянні з 2021 роком на 3,2 %, що пояснюється масовим виїздом жінок, жінок з дітьми закордон. Але у 2023 році ситуація уже змінюється і за I квартал 2023 року частка зареєстрованих жінок-ФОПів зросла на 2,9 %. Аналогічна тенденція спостерігається і серед директорів, які очолюють компанії: у 2021 році лише 35 % середнього та великого бізнесу очолювали жінки, у 2022 році ця частка зменшилась до 29 % і у 2023 намітилася тенденція на зростання - відкрито 3849 бізнесів, а жінки очолюють 30 % нових компаній [1].

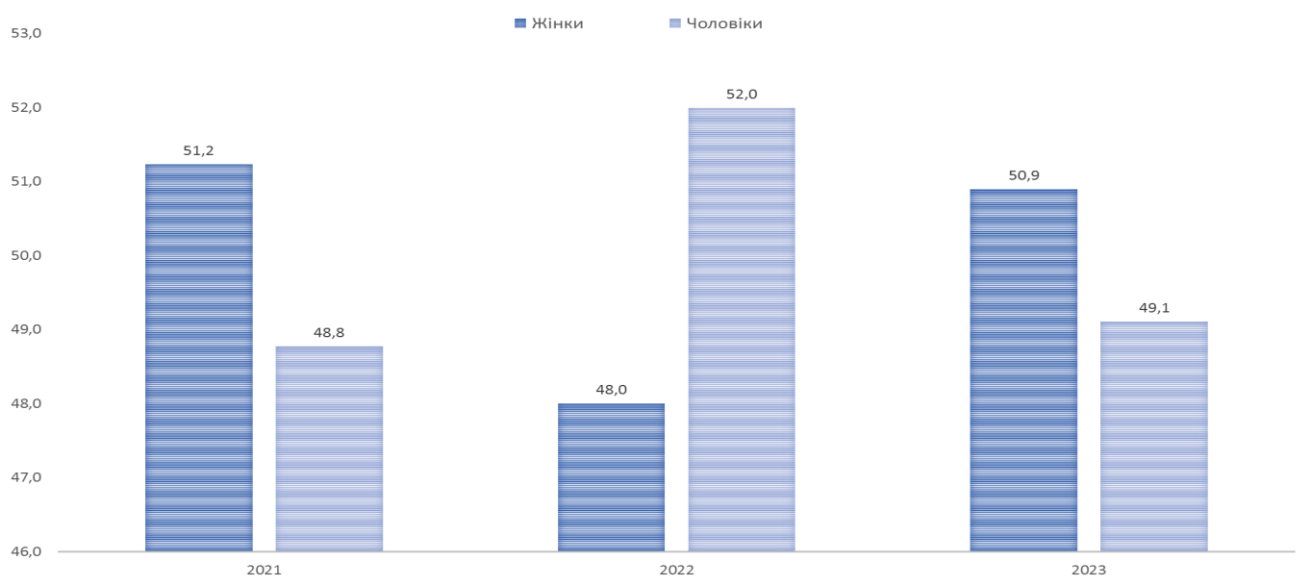


Рис.1. Структура зареєстрованих ФОПів за статтю, за 2021-2022 рр. % [1]

Але, варто зазначити, що жінки, як і раніше, стикаються з низкою проблем, пов'язаних з відкриттям та розширенням своєї власної справи, а також з обмеженим доступом до ринків, технологій та джерел фінансування. На сьогоднішній день є досить розповсюдженими гендерні стереотипи в економічній сфері, з якими стикається майже кожна жінка. До найбільш розповсюджених стереотипів належать наступні: чоловік повинен забезпечувати родину, тому він повинен отримувати більшу заробітну плату, ніж жінка, за однакову роботу; жінки за природою менш орієнтовані на професійну діяльність, більше орієнтовані на сім'ю, дітей; чоловік за своєю природою є значно кращим керівником/лідером, ніж жінка; жінки менш активні у пошуку роботи тощо [2]. Саме ці стереотипи суспільної свідомості і створюють підґрунтя для існування гендерної нерівності в Україні.

Сьогодні в Україні низка нормативно правових актів та міжнародних документів, які ратифікувала Україна, сприяють становленню гендерної рівності, але проблемою є декларативний характер гендерної рівності, оскільки в реальному житті вони не допомагають

жінкам відчутти себе вільними та рівними в політичній, культурній, соціальній, економічній сфері, в тому числі у сфері підприємництва.

Дослідження показали, що головними причинами гендерної нерівності у сфері підприємництва є:

1. Жінці важче накопичити стартовий капітал (жінки заробляють на 18,6 % (2022 рік) менше ніж чоловіки).

2. Відсутність зв'язків (слабкий рівень нетворкінгу), які б сприяли появі жінок на керівних посадах та відповідно впливу на перерозподіл ресурсів (лише 27 % працюючих жінок мають керівні посади).

3. Поєднання бізнесу з сімейними обов'язками (не можуть працювати понаднормово та налагоджувати зв'язки, відвідуючи корпоративи та неформальні зустрічі з керівництвом і колегами).

4. Мала кількість освітніх програм (окрім деяких проектів техдопомоги) саме для жінок-підприємців, в тому числі щодо питань фінансової, юридичної грамотності та виходу на цивілізовані внутрішні та зовнішні ринки збуту.

5. Слабо розвинена інфраструктура соціальних/медичних послуг, яка створює більше навантаження на жінок у питаннях догляду за дітьми, дітьми/особами з інвалідністю, особами похилого віку та ін. [3, 4, 5].

Гендерні упередження та нерівність мають значний вплив на жінок, ще на етапі вибору спеціальності після закінчення школи, що визначає їх професійний шлях у майбутньому. За даними Єдиної державної електронної бази з питань освіти в Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника на спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» подає документів та зараховано більше чоловіків. Так, в середньому за останні три роки, серед абітурієнтів частка жінок складала 46,1 %, а серед зарахованих студентів - 34,6 % (рис.2.). На жаль, частка жінок, які хочуть навчатись, набувати вмінь й практичних навичок щодо створення та ведення успішної підприємницької та торговельної діяльності зменшується - у 2023 році ця частка складала лише 30,3 % від загальної кількості студентів зарахованих на навчання.

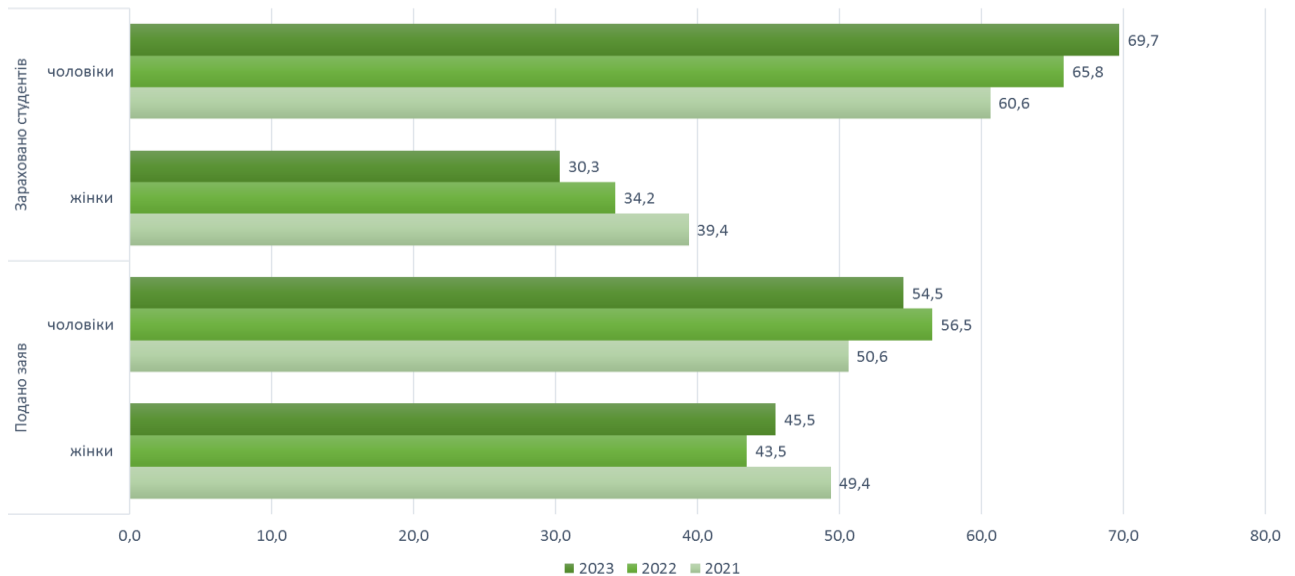


Рис.2. Гендерна структура абітурієнтів/студентів спеціальності 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність" у 2021-2023 рр. %

Для того, щоб досягти гендерної рівності у сфері підприємництва знадобиться ще чимало часу та сил. Реальним виходом із ситуації стане профорієнтаційна робота у школах та коледжах, яка б допомогла зробити усвідомлений вибір спеціальності дівчатам і хлопцям та усунути стереотипи щодо «чоловічих» та «жіночих» професій; дати їм відповідні знання та навички. Сьогодні, у час війни, важливо залучати та підтримувати жінок у бізнесі, тому що, роблячи це, ми забезпечуємо і підвищуємо фінансову стабільність наших сімей і країни в цілому, адже саме жінки вже зараз взяли на себе значний об'єм роботи і завдань своїх чоловіків, братів та синів.

Список використаних джерел:

1. Кожен другий малий бізнес в Україні відкривають жінки. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/businesswoman-in-war-2022> (дата звернення 18.11.2023).
2. Жінка і працевлаштування, або кому на ринку праці жити добре? URL: http://www.dcz.gov.ua/ode/control/uk/publish/article?art_id=16866 (дата звернення 18.11.2023).
3. Навіщо підтримувати жіноче підприємництво в Україні. URL: <https://ukrsibbank.com/news-post/navishho-pidtrimuvati-zhinoche-pidpriemnicstvo-v-ukraini/> (дата звернення 18.11.2023).
4. Трофімцева Ольга. Розвиток жіночого підприємництва, в тому числі в АПК, може пришвидшити економічний розвиток всієї економіки України. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2019/11/19/653893/> (дата звернення 19.11.2023).
5. Суто жіноче: скільки українських бізнесів належить жінкам? URL: <https://youcontrol.com.ua/data-research/suto-zhinoche-skilky-ukrayinskykh-biznesiv-nalezhyt-zhinkam/> (дата звернення 19.11.2023).

**Напря́м 3 Штучний інтеле́кт та інновації в умовах війни:
МОЖЛИВОСТІ ТА ОБМЕЖЕННЯ.**

INDICATORS OF INNOVATIVE ACTIVITY IN THE ECONOMY

Bohashko O. L.,

Candidate of economic sciences, associate professor,

Associate professor of the department of marketing, management and business management

Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University

Innovations are necessary for the development of any economy of the state. However, the statistical indicators used for accounting do not fully reflect the flow of innovations in the field of innovation, their use by various subjects of innovative activity, the impact of innovative activity on competitiveness and production efficiency, especially in the digital economy.

In order to understand the role and scale of innovations taking place, it is necessary to pay attention to the key trends of indicators of innovative development. The pace of change suggests that the structure of the economy will change dynamically in the future: innovative companies will transform entire industries and the entire economic perspective. These elements of the general problem have not been considered before. We will propose and justify possible ways of solving them. Let's consider the peculiarities of the innovative activity of some world economies.

Currently, the OECD (Organization for Economic Cooperation and Development) uses four groups of indicators describing different aspects of innovative activity. These include: 1) statistical indicators of the development of the field of research and development, or statistics of science (expenditure on research and development, the amount of scientific and technical potential, etc.); 2) patent statistics (dynamics of issuing protection documents for intellectual property objects); 3) bibliometric data on scientific publications and citations; 4) statistics of technological exchange (balance of payments, which characterizes the international transfer of technologies) [1; 3].

Bibliometric data to some extent reflect the “intensity and productivity” of basic research. The use of the results of fundamental research by applied and internal science is not amenable to any measurements and evaluations within the framework of the current system of calculating bibliometric indicators. Indicators of the technological balance of payments characterize only the flows of capital and technology, but do not provide an opportunity to assess their impact on technological evolution in the country, as well as on economic and technological security. Practically, the indicators of statistical science remain the main indicator of the “intensity” of innovative processes for a long time. The problem of finding indicators of innovative activity has now acquired a general character and refers not only to innovative activity, but also to the economy, ecology, and social sphere.

Advantages of the USA and Japan over the OECD countries in the field of innovation

Innovative activity of the USA and Japan	
USA	Japan
1) active import of scientific results;	1) active import of scientific results;
2) a high share of scientists and engineers among the economically active population;	2) a high share of scientists and engineers among the economically active population;
3) constant coordination of research in civil and military spheres;	3) permanent readiness to accept innovations created outside the company and outside the country;
4) close cooperation between universities and innovative companies;	4) interaction between units conducting scientific research in companies and universities;
5) a well-developed system of providing startups of high-tech companies with start-up capital;	5) stable relations between the financial sector and industry, which contributes to the implementation of long-term projects;
6) a cultural tradition that encourages risky capital investments and entrepreneurial initiative;	6) a cultural tradition that encourages the use of other people's experience and making improvements to it;
7) low cost of licensing and patenting of intellectual property objects.	7) coordination of activities of state bodies, universities and enterprises;
8) a simplified procedure for the registration of enterprises and a small number of prohibitive restrictions on their creation.	8) constant high mobility of personnel within companies.

Source: [1; 2; 3]

In order to compensate for lagging behind the USA and Japan in the field of innovation, a special action plan for supporting innovation has been developed in the OECD countries, which includes work in the following areas:

- Development of technological monitoring and forecasting methods;
- Development of training and retraining methods;
- Development of innovation evaluation methods;
- Improvement of innovation financing;
- Improvement of the taxation regime in the innovation sphere;
- Effective protection of intellectual property rights;
- Creation of a favourable legislative environment;
- Stimulation of innovations in small and medium-sized enterprises.

When choosing directions for the development of innovations, Ukraine should first of all build up competences in industries that already have serious competitive advantages, as well as concentrate efforts on the development of selective promising areas where there is a strong personnel potential for the development of the industry and a significant demand for innovations from the state.

The competitiveness of business increasingly depends on the effect of scale. For enterprises, this means the need to go beyond the Ukrainian market and increase production volumes with the

help of export opportunities. Companies need to make basic operational improvements, including implementing lean manufacturing tools and systems.

Consequently, new inventions and innovations have become a necessary part of everyday life. The speed of their development and implementation continues to increase. Setting ambitious goals and choosing priorities in all key areas of innovation (process, product innovation and business model innovation) taking into account the long-term horizon - during strategy preparation, investment, planning - is the key to the success of companies.

It is critically important for business to develop new competencies necessary to create and launch innovative products to the market for the changed market conditions:

- it is necessary to ensure the widest possible search for opportunities for innovation, including outside one's own business, for example, by establishing partnerships with international companies, regular exchange of best practices, active use of the competencies of the entire value chain - suppliers of components, software, as well as customers.;

- it is very important to build an established process of development and implementation of innovations in the company, which will allow to shorten the cycle of development of initiatives, quickly reduce risks and manage the efficiency of the portfolio as a whole. An established system of working with partners and external contractors throughout the value chain also plays a big role;

- it is necessary to provide the means and mechanisms of management and decision-making - fast, efficient, high-quality and with minimal risks, as well as the possibility of operational testing of concepts. Among other things, these management tools should ensure flexible investment management.

References:

1. Bohashko O. «The «Knowledge Triangle» Is a Modern Concept for Managing the Development of Education, Science and Innovation. *Proceedings of the 35th International Business Information Management Association Conference (IBIMA)*, 1-2 April 2020, Seville, Spain. P. 5964–5971
2. Irawan T. ICT and Economic Development: Comparing ASEAN Member States. *Int Econ Policy*. 2014. 11:97–114. DOI: 10.1007/s10368-013-0248-5.
3. Kirilchuk S. P., Nalivaychenko E. V., Apatova N. V., Skorobogatova T. H., Boychenko O. V. Managing Intellectual Property in Information Economy. *Astra Salvensis*. 2018. Vol. VI. Sp. Iss. P. 711–721.

РОЗВИТОК ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В УКРАЇНІ В ПЕРІОД ВІЙНИ

Буртняк І.В.,
д.е.н., професор, професор кафедри економічної кібернетики
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника
Кушнір О.С.,
к.е.н, старший викладач кафедри економічної кібернетики
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

Розвиток штучного інтелекту в Україні в період війни є актуальною та важливою темою, яка стосується безпеки, оборони, медицини, освіти та інших сфер діяльності. За допомогою штучного інтелекту можна виконувати різні завдання, які потребують людського інтелекту, а також створювати нові технології та продукти. Однак, штучний інтелект також

може мати негативні наслідки, такі як дезінформація, зловживання, порушення прав та етики.

На сьогоднішній день в Україні існує Концепція розвитку штучного інтелекту, яка охоплює вісім різних сфер державної діяльності та індустрій. Ці сфери включають освіту та науку, здоров'я та соціальну сферу, економіку та фінанси, державне управління та право, оборону та національну безпеку, енергетику та екологію, культуру та творчість, спорт та розваги. Штучний інтелект може використовуватися для підвищення ефективності та якості цих сфер, а також для вирішення проблем та викликів, які виникають в умовах війни [4].

Особливо важливим в сьогоденні є використання штучного інтелекту у сфері військових технологій. Штучний інтелект допомагає фіксувати переміщення техніки та особового складу окупантів, збивати ворожі ракети, ефективніше наводити на цілі безпілотні літальні апарати, а також забезпечувати кібербезпеку та контррозвідку. Україна розробляє власні проекти з використанням штучного інтелекту, такі як система розпізнавання обличчя, система аналізу звуків, система розпізнавання об'єктів на супутникових знімках та інші.

Його також використовують для створення та поширення дезінформації, яка може підривати довіру, мораль, психологічний стан та національну ідентичність громадян. Він може генерувати фальшиві зображення, текст, аудіо та відео, які можуть бути використані для маніпуляції, провокації, шантажу, компроматації та інших цілей. Такі технології, як DeepFake, GAN, ChatGPT та інші, можуть створювати реалістичні та переконливі фейки, які важко відрізнити від реальності [2,3].

Штучний інтелект (ШІ) - це галузь науки, що вивчає способи створення та застосування інтелектуальних систем, які можуть виконувати завдання, що зазвичай потребують людського розуму. Основна структура ШІ складається з чотирьох компонентів: даних, алгоритмів, моделей та апаратного забезпечення [1].

Дані - це інформація, що використовується для навчання та перевірки інтелектуальних систем.

Алгоритми - це набори правил та інструкцій, що визначають, як обробляти дані та виробляти рішення.

Моделі - це абстрактні представлення даних та алгоритмів, що дозволяють прогнозувати та інтерпретувати результати.

Апаратне забезпечення - це фізичні пристрої та системи, що забезпечують обчислювальну потужність та пам'ять для реалізації інтелектуальних систем.

Розрізняють формальні (логічні) методи, в основі яких лежить чітка математична теорія, та неформальні – моделі такої теорії не дотримуються. На малюнку 1 зображено найвідоміші моделі подання знань в системах штучного інтелекту [1].



Мал. 1. Класифікація моделей знань

У 2020 році уряд прийняв Концепцію розвитку штучного інтелекту в Україні, яка охоплює вісім різних сфер державної діяльності та індустрій [4]. Ці сфери включають:

Освіту та науку. ШІ може використовуватися для підвищення якості та доступності освітніх послуг, адаптації навчальних програм до індивідуальних потреб учнів та студентів, підтримки дистанційного навчання, автоматизації оцінювання та контролю знань, стимулювання наукових досліджень та інновацій.

Здоров'я та соціальну сферу. ШІ може застосовуватися для покращення діагностики та лікування хвороб, прогнозування епідеміологічних ситуацій, оптимізації роботи медичних закладів та апаратури, підвищення якості життя людей з обмеженими можливостями, надання соціальної підтримки та допомоги.

Економіку та фінанси. ШІ може використовуватися для підвищення продуктивності та конкурентоспроможності підприємств, автоматизації виробничих процесів та бізнес-операцій, аналізу та прогнозування ринкових тенденцій, виявлення та запобігання шахрайству та корупції, покращення фінансової грамотності та інклюзії населення.

Державне управління та право. ШІ може використовуватися для підвищення ефективності та прозорості державних служб, спрощення взаємодії громадян та бізнесу з органами влади, покращення якості прийняття рішень та контролю за їх виконанням, забезпечення безпеки та захисту даних, підтримки верховенства права та правосуддя.

Оборону та національну безпеку. ШІ може використовуватися для підвищення бойової здатності та захисту військовослужбовців, розробки та впровадження новітньої зброї та обладнання, аналізу та прогнозування загроз та ризиків, забезпечення кібербезпеки та контррозвідки, підтримки миротворчих та гуманітарних місій.

Енергетику та екологію. ШІ може використовуватися для підвищення енергоефективності та використання відновлюваних джерел енергії, оптимізації роботи енергетичних систем та мереж, моніторингу та зменшення впливу на навколишнє середовище, виявлення та ліквідації наслідків аварій та катастроф, підтримки сталого розвитку та зеленої економіки.

Культуру та творчість. ШІ може використовуватися для підтримки та розвитку культурної спадщини, збереження та цифровізації мистецьких творів, створення нових форм та жанрів мистецтва, покращення доступності та якості культурних послуг, сприяння творчому потенціалу та освіті в галузі культури.

Тому, розвиток штучного інтелекту в Україні в період війни потребує не тільки технічних, але й правових, етичних, освітніх та інформаційних заходів. Потрібно створити власну стратегію регулювання штучного інтелекту, яка б враховувала національні інтереси, цінності та особливості. Потрібно також підвищувати рівень медіаграмотності та критичного мислення населення, щоб вони могли розрізнити правду від брехні та захищатися від дезінформації. Потрібно також співпрацювати з міжнародними партнерами, Big Tech компаніями, громадськими організаціями та науковими установами, щоб обмінюватися досвідом, знаннями та ресурсами у сфері штучного інтелекту.

Список використаних джерел:

1. Штучний інтелект в Україні та світі: інструменти й тренди. URL: <https://gwaramedia.com/tendenczii-rozvitku-shtuchnogo-intelektu-v-ukraini-ta-sviti/>.
2. Штучний інтелект і дезінформація: можливості та ризики в умовах війни. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3691961-stucnij-intelekt-i-dezinformacia-mozlivosti-ta-riziki-v-umovah-vijni.html>.
3. Війна з Росією: як українці використовують штучний інтелект. URL: <https://zaxid.net/viyna-z-rosiyeyu-yak-ukrayintsi-vikoristovuyut-shtuchnij-intelekt-n1549819>.
4. Україна розробить власну стратегію регулювання штучного інтелекту. URL: <https://suspilne.media/543113-ukraina-pocala-robotu-nad-pravovim-reguluvannam-stucnogo-intelektu-fedorov/>.

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ В ЕКОНОМІЦІ

*Буртняк І.В.,
д.е.н. професор, професор кафедри економічної кібернетики
Кашевський Р.М., Фуфалько О.Ю.
аспіранти спеціальності 051 Економіка, кафедри економічної кібернетики*

Технологія штучного інтелекту трансформує споживання, виробництво та суспільство одночасно. Однак сьогодні з упевненістю можна констатувати, що з розвитком систем штучного інтелекту (ШІ) така технологія з'явилася. Важко знайти сферу діяльності, в якій не було б прикладів впровадження систем ШІ, тому що вони можуть вирішити завдання, які ще п'ять-десять років тому здавалися неможливими. Хоча роботи зі створення ШІ ведуться з середини минулого століття, саме зараз, завдяки дешевизні та доступності інформаційних сховищ, обчислювальних потужностей, сенсорів та інших інновацій, ми можемо говорити про перехід від експериментального періоду розвитку систем ШІ до експонентного зростання [1].

ШІ може підвищити продуктивність праці на 40% до 2035 року. Немає сумнівів, що він може автоматизувати багато процесів у різних галузях економіки, збільшуючи, таким

чином, прибуток компаній. Тому зараз на перше місце виходить завдання правильної інтерпретації та обробки. Саме системи на базі ШІ в найближчому майбутньому мають повністю змінити підхід до роботи з інформацією. Сьогодні багато йдеться про створення цифрової економіки. На наш погляд, це завдання вирішується у 2 етапи: шляхом створення в рамках шостого технологічного етапу цифрової інфраструктури та переходу до «розумної економіки» сьомого технологічного укладу з широким впровадженням ШІ у всі сфери економічної діяльності. Саме когнітивні технології на базі систем ШІ стануть основою 7-го технологічного устрою. В епоху перманентної економічної кризи виживуть лише ті компанії, які зможуть адаптуватися до умов ведення бізнесу, що швидко змінюються. І тут відкривається широкий простір можливостей для ШІ як продукту, і як послуги. Можна сказати, що конкурентну перевагу отримають ті компанії, які інвестують значні кошти у розвиток та впровадження систем ШІ.

Аналізуючи український досвід впровадження систем ШІ, можна констатувати, що він сьогодні перебуває у початковій фазі свого впровадження. Водночас у низці досліджень закордонних вчених зазначається, що вже зараз системи ШІ є значним фактором, що впливає на розвиток економіки. Незважаючи на наявні успішні проекти впровадження систем в ході останнього дослідження, проведеного Accenture для G20 YEA [2], автори виявили, що багато великих компаній не повною мірою усвідомлюють цінність ШІ. Те саме не можна сказати про підприємців і стартапів, які знаходяться в авангарді цієї революції. Якщо керівники невеликих компаній усвідомлюють важливість впровадження даних систем у своїх виробництвах, це дає їм можливість за допомогою ШІ потіснити більших учасників даного сегменту ринку. Середньорічний темп зростання фінансування стартапів у світі у сфері ШІ становив 60%, починаючи з 2020 року. Зауважимо, що ШІ має унікальну здатність до створення абсолютно нових категорій продуктів та послуг. Він створює нові ринки та забезпечує зростання економіки. Поштовх, який може надати ШІ, відображений у нашій оцінці можливості подвоєння темпів зростання ВВП за менш ніж двадцятирічний період, за умови, якщо компанії скористаються ШІ для трансформації своїх бізнес-моделей.

Програмне забезпечення є основою цифрової інфраструктури сучасної економіки, але, незважаючи на значні досягнення у галузі стандартизації технологій розробки, процеси проектування, програмування, тестування та впровадження займають значну кількість часу життєвого циклу. У основі сучасних систем ШІ лежить модель глибокого навчання з урахуванням нейронних мереж. У цій моделі нейронні мережі навчаються розпізнавати шаблони великого обсягу вхідних даних. Технологія глибокого навчання з урахуванням нейромереж значно змінює життєвий цикл програмного забезпечення. У минулому інженери програмного забезпечення розробляли алгоритми, за якими програмісти писали програми. На даний час алгоритми навчаються на численних прикладах із реального життя, а

програмування полягає у генерації кодів із шаблонів схожих завдань. Глибоке навчання полягає у створенні та тренуванні нейронних мереж. Нейронні мережі можна інтегрувати в будь-які розумні пристрої, щоб сприймати процеси, що відбуваються в навколишньому світі. Отримані дані використовуються для подальшого навчання та вдосконалення нейромережі. Знання, отримані на мільярдах пристроїв, роблять усі пристрої в мережі набагато розумнішими. Нейронні мережі використовують переваги як експоненційного розвитку обчислень з урахуванням графічних процесорів, і великих нейронних мереж. Ось чому вони стануть розумнішими швидше, ніж це мало відбуватися згідно із законом Мура. Хоча, слід зазначити, що деякі дослідники вважають, що епоха домінування графічних процесорів над ринком ШІ скоро закінчиться. Проте треба пам'ятати, що у центрі ШІ перебувають люди. Компанії, які займаються ІІ, потребують залучення широкого кола професіоналів - від дослідників даних до фахівців з аналізу поведінки, тобто тих, хто «занурений» у функціональні чи галузеві питання.

Таким чином, проведений нами аналіз показав, що поточний час можна вважати сприятливим періодом для інвестування у сферу ШІ. Сьогодні серед найбільших міжнародних компаній, навіть найпрогресивніших з погляду використання ШІ, лише невелика кількість учасників ринку використовують можливості грандіозних темпів зростання та лідерства на ринку.

Список використаних джерел:

1. M. Abdel-Basset *et al.* Internet of Things (IoT) and its impact on supply chain: A framework for building smart secure and efficient systems. *Future Gener. Comput. Syst.* (2018)
2. N. Hoekstra *et al.* Increasing market opportunities for renewable energy technologies with innovations in aquifer thermal energy storage. *Sci Total Environ.* (2020)

СУЧАСНІ МЕТОДИ НАВЧАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВІЙНИ

Гоцуляк К.І.,

кандидат педагогічних наук, викладач

Івано-Франківський фаховий коледж

Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

Гоцуляк В.А.,

студентка III курсу спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

Умови війни можуть створити стійкість для навчання підприємництва, але водночас стимулювати потребу у новаторських методах та підходах до освіти підприємців. Ось кілька сучасних методів навчання підприємництва, які можуть бути корисними в умовах війни:

Дистанційне навчання: використання інтернет-технологій для проведення онлайн-курсів та веб-сайтів з підприємництва дозволяє студентам навчатися віддалено, що особливо важливо в умовах війни та обмеження на переміщення.

Командне навчання: заохочення студентів працювати в групах та розвивати навички командної роботи, яка є школою для підприємництва. Це також може підвищити взаємодопомогу та спільноту в умовах війни.

Сценарне навчання: використання реалістичних сценаріїв та симуляцій викладачів для навчання студентів, як ефективного прийняття рішення в умовах невизначеності та кризи.

Практика на практиці: організація навчальних візитів до справжніх підприємств, які функціонують в умовах війни, дозволяє студентам вчитися на практиці, як виживати та розвивати бізнес у таких умовах.

Менторство: залучення досвідчених підприємців як менторів для студентів готові передавати практичні знання та навички з реального бізнесу.

Інноваційні технології: використання інформаційних технологій, штучного інтелекту та блокчейну для навчання підприємництва та розвитку нових бізнес-моделей.

Глобальний підхід: підвищення свідомості студентів про світові та регіональні проблеми та виклики, що можуть вплинути на бізнес, і розробка стратегій адаптації до таких умов.

Підвищення фінансової грамотності: включення навчання про фінанси, інвестиції та фінансовий аналіз у освітній програмі навчання підприємництва.

Ці методи дозволяють студентам отримувати практичні навички та знання, які є успішними для підприємництва в умовах війни та нестабільності [2].

Підприємці, які працюють в умовах воєнного стану, можуть стикнутися із серйозними труднощами у навчанні та розвитку свого бізнесу. Ось деякі з них:

Безпека та страх: підприємці можуть відчувати страх для свого життя та майна через ризики, пов'язані з воєнним конфліктом. Це може впливати на їхню психологічну готовність та концентрацію.

Втрати і збитки: військовий конфлікт може призвести до фінансових втрат, знищення майна та перерв у бізнес-процесах.

Блокада та обмеження переміщення: закриття доріг та інфраструктури, обмеження переміщення людей і товарів можуть ускладнити ведення бізнесу та доступ до ринків.

Змінення запиту: військовий конфлікт може призвести до зменшення обсягу товарів та послуг, що може вплинути на обсяг продажів та прибутковість.

Недостатня доступність ресурсів: в умовах воєнного конфлікту може бути складно отримати необхідні ресурси, включаючи сировину, електроенергію та інші матеріали.

Падіння довіри: військовий конфлікт може створити невпевненість серед клієнтів та партнерів, що може вплинути на відносини та довіру.

Навчання та розвиток: підприємці можуть відчувати нестабільність у ринкових умовах та потребу у навчанні нових стратегій та методів управління підприємством під час воєнного стану.

Соціальні виклики: військовий конфлікт може вплинути на соціальну та культурну обстановку, що може вимагати адаптації бізнес-стратегій.

Для подолання цих труднощів підприємцям може бути корисним отримання допомоги від держави та міжнародних організацій, розвиток інноваційних стратегій та резервних планів, а також навчання новим методам управління бізнесом у воєнний період.

Навчання підприємців у сучасному світі вимагає використання різноманітних сучасних методів для ефективної підготовки до підприємницької діяльності. До основних можемо віднести сучасні методи навчання підприємців:

Проблемне навчання: студентам пропонуються реальні сценарії та завдання, які вимагають аналізу, пошуку рішень та творчого мислення. метод розвиває навички прийняття рішення та рішення проблеми, яка є у виробництві для підприємців.

Кейс-метод: студенти вивчають реальні кейси успішних і неуспішних компаній та аналізують їх. Цей метод разом розуміти реальні виклики, з якими стикаються підприємці, і вивчати на своїх прикладах.

Проектне навчання: студенти працюють над підприємницькими проектами, від ідеї до впровадження. Цей метод розвиває практичні навички планування та управління проектами.

Навчання через співпрацю: спільне навчання та співпраця між студентами сприяють розвитку комунікаційних навичок та роботи в команді, що важливо для підприємців.

Навчання від експертів: залучення досвідчених підприємців та фахівців як викладачів або наставників готовим студентам вивчати практичний досвід та отримувати поради від тих, хто вже пройшов шлях підприємця [1].

Інтерактивні методи: використання інтерактивних методів, таких як ігри, симуляції та віртуальна реальність, допомагає студентам навчатися ефективно та цікаво.

Мережевість та інтернет-ресурси: використання мережевих ресурсів, онлайн-курсів та блогів підприємців студентам допомагає отримувати доступ до актуальної інформації та ресурсів.

Фінансова грамотність: навчання фінансової грамотності, включаючи розуміння бухгалтерії, інвестицій та фінансового планування, є важливою частиною підготовки підприємців.

Менторство та акселератори: участь у підприємницьких акселераторах та програмах наставництва дозволяє студентам отримувати практичний досвід та підтримку від досвідчених підприємців.

Глобальний підхід: навчання глобального бачення та розуміння міжнародних ринків краще підготувати підприємців для роботи у світовому масштабі [3].

Сучасні методи навчання підприємців підкреслюють практичність, інновації, співпрацю та підготовку до викликів, з якими стикаються підприємці в умовах війни.

Список використаних джерел:

1. Освіта України в умовах воєнного стану. URL: <http://surl.li/csrzo>
2. Підтримка бізнесу в умовах війни: практичні рекомендації для громад. URL: <http://surl.li/mxcel>
3. Цифровізація бізнес-процесів під час війни. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/272085>

ВИКЛИКИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ АКТИВНОЇ ФАЗИ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ 2022 – 2023 РР.

*Гресько А.М.,
магістрант спеціальності 051 Економіка (Прикладна економіка)*

Науковий керівник:

Ціжма Ю.І.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Модернізація економіки України в напрямку тенденцій «Індустрії 4.0.» спричинили посилення діджиталізації у підприємстві, державному управлінні та інших напрямках. Суттєвий поштовх даному процесові дали курс на євроінтеграцію та пандемія COVID-19, внаслідок яких в Україні суттєво зросла частка цифрового сектору у всіх галузях економіки. Великою перешкодою для подальшого поступу залишався і залишається російсько-українська війна, яка розпочалася з 2014-го р., та перейшла у активну фазу в лютому 2022-го р. Війна спричинила колосальні збитки та примусила адаптувати економіку до діяльності в умовах воєнного стану, що позначилося і на темпах та напрямках діджиталізації.

Внаслідок бойових дій з 2014-го р. Україна тимчасово втратила управління та змогу поширити своє покриття Інтернету над територією окупованих АР Крим та тимчасово окупованих Донецькій та Луганській областях. В ході воєнних кампаній протягом лютого 2022 – листопада 2023 р. підконтрольна росіянам територія розширилася на значні простори Херсонської, Запорізької, Донецької, Луганської та Харківської областей. Окрім бойових дій на лінії фронту, російський цифровий простір намагається витіснити український [1]. Відсутність можливості повністю забезпечити життя людей, відсутність контролю над всією територією держави, загроза блекауту та збитки, які завдаються російською стороною українській критичній інфраструктур (енергетики, зв'язку, адміністрації та ін.) стали одними з провідних викликів поступу діджиталізації в державі. Сума прямих збитків завданих українській цифровій інфраструктурі на лютий 2023 р. за розрахунками Київської школи економіки оцінено у 0,5 млрд. дол. і сума продовжує зростати. Найбільше збитків було

завдано протягом зими 2022-2023 рр., існує загроза зростання інтенсивності цілеспрямованих атак на зиму 2023-2024 рр. [2]. З метою протидії існуючим загрозам державі доводиться збільшувати витрати на воєнно-промисловий комплекс, зокрема на засоби протиповітряної оборони, закуповувати додаткове обладнання та засоби додаткових джерел енергії, здійснювати заходи попередження існуючих загроз та ін.

Значною проблемою виявилася підтримка кібербезпеки в державному цифровому просторі. Ще напередодні війни на 2021 р. проти України здійснено близько 19% світових кібератак [3]. Повноцінний захист та подальше функціонування мережевого середовища в умовах війни засвідчує про розвинену вітчизняну мережу кібербезпеки. Згідно оцінки National Cyber Security Index на листопад 2023 р. Україна зайняла 24-те місце з 176 країн у галузі розвитку кіберзахисту з індексом 75.32 із 100. Цим показником по відношенню до сусідів Україна випереджає Росію, Угорщину, Молдову та Білорусь, однак відстає від Румунії, Польщі та Словаччини. Україні вдалося випередити таких лідерів цифровізації, як: Канаду, Південну Корею, Японію, Китай та ін. В Україні максимально оцінено: розробку кіберполітики, захист основних послуг, електронну ідентифікація та довірчі послуги, захист персональних даних, та боротьбу з кіберзлочинністю. На середньому рівні перебувають: управління кіберкризовими ситуаціями, реагування на кіберінциденти, аналіз кіберзагроз та навчальний і професійний розвиток. Водночас низько оцінено військові кібероперації, захист цифрових сервісів та внесок у глобальну кібербезпеку [4]. У підсумку, кіберзахист України робить акцент на оборонну, а не контратакуючу позицію.

Провідною структурою, яка забезпечує цифровізацію в Україні є Мінцифри. Дане міністерство попри пандемію коронавірусу та військовий конфлікт продовжувало роботу та адаптувало свою діяльність до сучасних реалій. Станом на 2023-й рік було визначено такі актуальні завдання діджиталізації України:

1. Зробити доступнішою цифровізацію всіх публічних послуг для громадян у цифровому режимі (розвиток вже існуючих цифрових інструментів та послуг, розширення їх асортименту);

2. Збільшити якісне покриття швидкісним Інтернетом до 95% населення, соціальних об'єктів та головних шляхів (процес включає модернізацію існуючої мережі, також відновлення критичної інформаційної інфраструктури пошкодженої внаслідок війни та поширення покриття на деокуповані території);

3. Подолати цифровий розрив населення: міністерство постановило протягом року залучити 6 мільйонів українців до програм розвитку цифрових навичок (через збільшення частки цифрових компетенцій у освітньому процесі, заохочення самоосвіти на доступній платформі Дія.Освіта та інші методи для вивчення інформаційних компетенцій) [5];

4. Збільшити частку ІТ-сфери у ВВП України до 10%. З цією метою було розроблено 94 проєкти (в тому числі 298 підпроєктів), найбільша частка з яких припадає на галузі: захист довкілля та природних ресурсів (12 проєктів), фінанси (10 проєктів), юстиція (8 проєктів) та ін. [6].

Таким чином, розширення цифрових сервісів, подолання існуючого цифрового розриву населення, покращення мережевого покриття і підвищення ролі ІТ у частці економіки вважалися провідними викликами для Мінцифри у 2023-му році.

Проблеми війни зсунули увагу, проте не позбавили актуальності розвитку діжиталізації таких напрямків, як: медицина (бронювання медичних послуг та пошук товарів, дистанційні консультації з лікарями, формування і розвиток платформ телемедицини), освіта (розширення можливостей цифрових технологій у онлайн платформи та вдосконалення методики та інструментів проведення дистанційного навчання та ін.), бізнесу (впровадження нового програмного забезпечення, цифрових сервісів управління задачами, тенденцій «Індустрії 4.0»). Суттєво зросла необхідність у покращенні умов роботи (і навчання) у режимі віддаленого доступу. Згідно представленої статистики від Work.ua частка активних вакансій з дистанційною роботою зріс із 4% у другому кварталі 2019 р. до 13,9% у 2-му кварталі 2022-го р.[7]. Дистанційний режим роботою став буденним явищем ще у період пандемії, а його роль зросла в умовах війни.

Підсумовуючи вище вказане, ми усвідомлюємо, що російсько-українська війна завдала Україні значних збитків та змусила адаптувати цифровізацію держави до роботи в умовах воєнного часу. До числа провідних викликів діджиталізації в державі належать зростання загрози життя людям, погіршення цифрової інфраструктури та зростання кібербезпеки. Попри воєнні умови Україна зуміла пристосуватися та забезпечити організацію роботи інформаційної інфраструктури, що, фактично стало порятунком для держави. Не заважаючи на війну в країні завдяки цифровим технологіям активно працюють урядові, медичні, освітні, підприємницькі, господарські та інші структури. Окрім воєнних вимог цифровізація в державі покликана розширити послуги у мережі, скоротити інформаційний розрив та покращити цифрове покриття в державі. Питання цифровізації залишатиметься актуальним до кінця війни, а подальше вивчення досвіду України стане прикладом для інших держав.

Список використаних джерел:

1. 3G/4G/5G карта покриття, Ukraine. URL: <https://www.nperf.com/uk/map/UA/-/-/signal/?ll=48.537718713006846&lg=31.19000000000002&zoom=6> (Дата звернення: 14.11.2023).
2. Тарасовський Ю. За рік війни РФ завдала збитків інфраструктурі України майже на \$144 млрд. – KSE. URL: <https://forbes.ua/news/za-rik-viyni-rf-zavdala-zbitkiv-infrastrukturi-ukraini-mayzhe-na-144-mlrd-kse-22032023-12556> (Дата звернення: 14.11.2023).
3. Онищенко С., Глушко А. Аналітичний вимір кібербезпеки України в умовах зростання викликів та загроз. *Економіка і регіон*. 2022. № 1 (84). С. 13 – 20.
4. National Cyber Security Index. URL: <https://ncsi.ega.ee> (Дата звернення: 14.11.2023).
5. Міністерство цифрової трансформації України. Цілі до 2024 року. URL: <https://thedigital.gov.ua/ministry> (Дата звернення: 14.11.2023).

6. Міністерство цифрової трансформації України. Проєкти цифрової трансформації. URL: <https://plan2.dia.gov.ua/projects> (Дата звернення: 14.11.2023).

7. Як пандемія та війна вплинули на дистанційну роботу: аналіз ринку 2019-2022 роки. URL: <https://cases.media/article/yak-pandemiya-ta-viina-vplinuli-na-distanciinu-robotu-analiz-rinku-2019-2022-roki> (Дата звернення: 14.11.2023).

ІНТЕГРАЦІЯ СИСТЕМИ БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ ІЗ ШТУЧНИМ ІНТЕЛЕКТОМ

Ємець О. І.

*К.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна*

На початку XXI століття бізнес-аналітика стала ключовою для тих підприємств, які розуміють важливість даних для прийняття стратегічних рішень. У процесі своєї діяльності промислові підприємства, корпорації, відомчі структури, органи державної влади та управління накопичили великі обсяги даних [1]. Вивчаючи зарубіжний досвід, нами виокремлено такі сучасні тенденції розвитку системи бізнес-аналітики.

1. Розширення обсягів даних. Обробка та аналіз великих обсягів даних стає стандартом для багатьох організацій. Великі дані (Big Data) включають в себе не тільки структуровані, але і неструктуровані дані, такі як тексти, зображення та відео.

2. Інтеграція з машинним навчанням та штучним інтелектом. Автоматизовані прогнози та прийняття рішень: використання алгоритмів машинного навчання для прогнозування та автоматизації рішень стає ще більш розширеним. ШІ використовуються для розуміння систем навчання самостійного аналізу даних.

3. Розвиток візуалізації даних. Інтерактивні та реальні часові графіки: Розвиток інструментів для візуалізації даних дозволяє бізнес-аналітикам та керівникам бачити дані у вигляді зрозумілих графіків та діаграм.

4. Розширення функцій самообслуговування. Самообслуговування для користувачів – розробка інструментів, які дозволяють звичайним користувачам самостійно виконувати аналітичні завдання без спеціалізованих навичок.

5. Зосередження на аналізі у реальному часі: Здатність аналізувати дані в реальному часі дозволяє підприємствам знову реагувати на зміни та своєчасно приймати рішення.

6. Стратегічне використання бізнес-аналітики. Стратегічне планування – бізнес-аналітика все більше стає не тільки інструментом для оптимізації операцій, але й стратегічним засобом для досягнення довгострокових цілей.

7. Забезпечення безпеки та дотримання вимог регуляторів. Забезпечення відповідності даних безпеки та дотримання вимог регуляторів стає пріоритетним у світовому масштабі збільшення обсягу даних та посилення вимог до конфіденційності.

8. Обчислення в хмарі. Хмарні послуги – це збільшення використання хмарних сервісів для зберігання, обробки та аналізу даних дозволяє компаніям масштабувати свої операції та зменшувати витрати на ІТ-інфраструктуру.

Нами систематизовано основні тенденції розвитку системи бізнес-аналітики та їхню інтеграція з ШІ (таблиця 1).

Таблиця 1.

Тенденції розвитку системи бізнес-аналітики та їхня інтеграція з ШІ

№ пп	Ознака системи	Тенденція розвитку	Інтеграція з ШІ
1.	Автоматизація аналітичних процесів	Зростання автоматизації на усіх етапах аналізу даних – від збору до висновків.	Використання ШІ для автоматизації етапів аналізу, рекомендацій для бізнес-рішень.
2.	Машинне навчання для прогнозування	Зростання використання методів машинного навчання для прогнозування трендів та оптимізації бізнес-процесів.	Використання алгоритмів машинного навчання для створення точних прогнозів та моделей, що враховують різноманітні фактори.
3.	Розширення областей застосування ШІ	Розширення сфери застосування ШІ в бізнес-аналітиці, включаючи аналіз текстової інформації, обробку мовлення та аналітику зображення.	Використання технологій ШІ для аналізу та розуміння неструктурованих даних, таких як текстова інформація, коментарі клієнтів тощо.
4.	Системи самообслуговування	Зростання інтересу до інструментів самообслуговування для звичайних користувачів без глибоких знань в області аналітики.	Розробка інтерфейсів, що вимагає ШІ для покращення взаємодії та ефективності використання аналітичних інструментів.
5.	Аналітика в реальному часі	Зростання вимог до аналізу даних у реальному часі для миттєвого реагування на зміни у бізнес-середовищі.	Використовуйте ШІ для аналізу та обробки поточних даних, щоб допомогти прийняти рішення в реальному часі.
6.	Підвищення рівня безпеки	Зростання уваги до кібербезпеки та заходи щодо захисту конфіденційності та цілості даних.	Використання ШІ для виявлення та протидії кіберзагрозам у сфері бізнес-аналітики.

Інтеграція зі штучним інтелектом дозволяє системам бізнес-аналітики ефективніше використовувати дані, створюючи їх точнішими та динамічнішими. Це відбувається завдяки кращому розумінню бізнес-середовища та дозволяє прийняти більш обґрунтовані стратегічні рішення.

Сучасні тенденції в бізнес-аналітиці показують поєднання передових технологій, стратегічного мислення та фокусу на взаємодії з даними для досягнення більшої конкурентної переваги та ефективності бізнесу.

Перелік перспективних нових тенденцій запропонованих авторами [2] дозволяє зробити припущення, що штучний інтелект (ШІ) та інновації можуть мати значний вплив на умови війни, як у позитивному, так і в негативному сенсі. Розглянемо можливості та обмеження цих технологій в контексті військових конфліктів.

Можливості:

1. Автоматизація військових процесів. Безпека солдатів – ШІ може допомогти у виявленні та обході загроз для солдатів, зменшуючи їхню участь у небезпечних ситуаціях. Автономні збройні системи: використання дронів та роботів може знизити ризик для людей у військових операціях.

2. Аналіз великих обсягів даних. Інтелектуальний аналіз – обробка великих обсягів інформації дозволяє швидше та ефективніше приймати рішення на основі аналізу даних.

3. Кібербезпека. Захист від кібератак – використання ШІ для виявлення та захисту від кібератаки може зробити комунікаційні та інформаційні системи більш стійкими.

4. Моделювання та симуляція. Тренування військових сценаріїв – імітація різних ситуацій може покращити готовність війська та допомогти в розробці стратегій.

Обмеження:

1. Етичні питання. Боязнь автономних систем – використання збройних систем може зачіпати автономні та правові питання, особливо коли ШІ приймає рішення про використання сил без прямого контролю людини.

2. Безпека та кіберзагрози. Ризик кібератак – ШІ може бути підвернутий кіберзагрозам, що може призвести до великих безпекових проблем.

3. Глобальний характер розвитку технологій. Військовий дисбаланс – країни, які мають доступ до передових технологій ШІ, можуть мати перевагу в сучасних конфліктах, що спричинило глобальний дисбаланс.

4. Проблеми зв'язку та надійності. Залежність від технологій – якщо військові стратегії залишаються занадто залежними від технологій, проблеми зв'язку чи надійності можуть призвести до серйозних проблем.

5. Витрати та доступність. Фінансові витрати – розробка та впровадження сучасних технологій може вимагати значних фінансових ресурсів, які не завжди доступні всім країнам.

У контексті війни важливо сприяти розвитку ШІ та інновацій з етичними, правовими та безпековими стандартами для забезпечення стабільності на міжнародному рівні.

Список використаних джерел:

1. Філіпова Л. Я. Системи бізнес-аналітики: сучасні тенденції розвитку. URI: <http://elib.nakkim.edu.ua/handle/123456789/4115> (дата звернення 16.11.2023 р.).
2. Сестіно Андреа та Андреа Де Мауро. Використання штучного інтелекту в бізнесі: наслідки, застосування та методи. Технологічний аналіз і стратегічний менеджмент 34.1 (2022): 16-29.

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ: МОТИВИ ТА НАПРЯМИ ЗАСТОСУВАННЯ В МЕРЕЖЕВІЙ ТОРГІВЛІ

*Кавун-Мошковська О.О.,
к.е.н., доцент, доцент кафедри торговельного підприємництва та логістики,
Державний торговельно-економічний університет*

Характеризуючи сучасний етап розвитку роздрібно́ї торгівлі як в Україні, так і за кордоном, необхідно відзначити зростання інтересу представників бізнес-спільноти до технологій штучного інтелекту (АІ) та їх поступового впровадження як у традиційних магазинах, так і в онлайн-просторі (інтернет-магазини, маркетплейси, соціальні мережі тощо). Особливу активність при цьому виявляють в першу чергу представники мережевої торгівлі, що можна пояснити їх більшими фінансовими можливостями, порівняно з малим та середнім бізнесом, а також необхідністю оптимізувати управління бізнес-процесами у структурах, що відрізняються масштабністю представлення на ринку та своїм розміром.

В якості основних мотивів застосування АІ-алгоритмів слід відзначити [1]:

- прискорення обробки величезних масивів інформації;
- побудова багаторівневих моделей прогнозування: на відміну від традиційних систем, які будують прогнози з урахуванням обмеженого переліку факторів, технології АІ здатні адаптуватися до будь-яких змін середовища та будувати багаторівневі моделі;
- врахування великого обсягу даних: штучний інтелект не обмежується лише даними внутрішньої звітності торговельної мережі. Доступ до різноманітних масивів даних (інформація з інтернету, показники з різних пристроїв, корпоративні дані) дозволяє АІ-алгоритмам враховувати зміну більшого числа даних, в т.ч. і факторів зовнішнього середовища;
- більша точність прогнозів: алгоритми штучного інтелекту здатні помітити ті закономірності, що не завжди під силу людському оку.

За результатами дослідження Research and Markets очікується, що здійснення аналітичних розрахунків у світовій роздрібній торгівлі з застосуванням АІ-підходів, до 2025 року зросте на 18% і потребуватиме інвестицій у понад \$9,5 млрд [1].

З урахуванням таких трендів, окремі торговельні мережі навіть створюють інноваційні підрозділи. Так, у травні 2021 року холдинг Fozzy Group відкрив R&D-центр штучного інтелекту й інновацій «Лабораторія Зі», де проводять експерименти зі штучним інтелектом, нейронними мережами, машинним навчанням, імерсивними технологіями, інтерфейсами з використанням віртуальної, доповненої й змішаної реальності для управління бізнес-процесами та операціями і клієнтським досвідом, а також з використанням інтернету речей. Тут розробляють Datascience алгоритми, що здатні безпосередньо керувати процесами в магазинах, а також уже здійснюються пілотні проекти в галузі робототехніки [2].

Цілком ймовірно, що така ініціатива може бути з часом підхоплена й іншими торговельними мережами в Україні.

Серед основних напрямків, де *штучний* інтелект набуває особливої актуальності у мережевій торгівлі, слід відзначити розпізнавання товарів у процесі придбання, керування категоріями й товарними залишками, оптимізація розміру знижок, прогнозування та коригування ціноутворення у магазині, а також самообслуговування на РРО.

У ваги самообслуговування вмонтовуються відеокамери для розпізнавання товарів, які купує споживач. Процес самообслуговування на таких вагах є достатньо зрозумілим, але покупці дуже часто припускаються помилок. Зокрема, 13,8% операцій є хибними на вагах, тобто покупець може випадково переплутати кнопки або ж навмисно обрати інший товар [2].

Таке рішення, як «розумна полиця», допомагає вирішити проблему управління поповненням товарного запасу у торговельній залі магазину, забезпечення доступності товарів до споживачів та скорочення рівня харчових відходів. «Розумна полиця» містить вмонтовані датчики для визначення наявності товарів: якщо їх недостатньо, то відбувається поповнення, а якщо забагато, то надається підґрунтя для проведення переоцінки, розрахунку розміру знижки та проведення розпродажу [2].

Використовуючи алгоритми рекурентних нейронних мереж (RNN), рішення штучного інтелекту для оптимізації знижок аналізують історію продажів, щоб рекомендувати оптимальні знижки для кожного товару. Ці алгоритми аналізують дані та встановлюють параметри, такі як максимальна глибина знижок, часові рамки для знижок та очікуваний рівень запасу [3]. За допомогою цих параметрів алгоритми створюють прогнози продажів, які допомагають досягати запланованого рівня запасів та одночасно максимізувати рівень маржі. Ця точність є критичною для мережеских продавців з урахуванням масштабів їх діяльності.

Холдинг Fozzy Group впровадив рішення «СуперСмарт» – це комбінація використання мобільного додатку на смартфоні, штучного інтелекту, аналізу усіх товарів у кошику на основі їх зображення, аналізу поведінки покупця та історії його покупок. Розроблено два унікальних продукти – «Розумний візок» та «Розумний прилавок». «Розумний візок» передбачає, що в магазині надається візок, за допомогою камери розпізнається товар і дисплей комунікує з покупцем, пропонуючи додаткові пропозиції. Продукт «Розумний прилавок» призначений для магазинів з невеликим розміром торговельної площі: покупець обирає і кладе декілька товарів на спеціальну станцію, де відбувається їх ідентифікація і після того – розрахунок та оплата [2].

Отже, використання технологій штучного інтелекту є об'єктивною необхідністю для торговельних мереж, що мають національний та міжнародний рівень діяльності,

характеризуються великим розміром та потребують технічної підтримки у процесі обґрунтування та реалізації управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Як технології штучного інтелекту змінюють сучасний рітейл. URL: <https://rau.ua/novyni/ai-retail/>
2. Майбутнє сьогодні: як Сільпо за допомогою штучного інтелекту створює «магазин майбутнього». URL: <https://rau.ua/novyni/majbutnie-sogodni-silpo/>
3. Штучний інтелект та роздрібна торгівля: нова ера оптимізації знижок. URL: <https://rau.ua/novyni/novini-partneriv/shtuchnij-intelekt-retail/>

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Пилипів Н.І.

д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Магмет О. В.

магистр спеціальність «Підприємництво та торгівля»,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Слід зазначити, що історія штучного інтелекту бере свій виток ще в XVI столітті, коли Леонардо да Вінчі випробовував можливість створення обчислювальної техніки. У 1623 році німецький вчений Вільгельм Шиккард конструює механічну цифрову обчислювальну машину. Починаючи із XVI століття відбуваються три різні науково-технічні революції, які поступово змінюють уявлення про матеріальний світ, сприяючи перебудові виробництва та виникненню численних винаходів.

Із другої половини XX століття розпочинається четверта науково-технічна революція, яка супроводжується значним розвитком інтелектуальної діяльності, зокрема, впровадженням штучного інтелекту в нові технології, основна мета якого полягає в здатності механічних систем отримувати, обробляти та застосовувати знання та вміння. Початково це спрямовувалося для надання допомоги людині в різних видах праці, для полегшення, чи навіть заміни її та економії часу.

У сучасному інформаційному суспільстві, де має місце стрімкий розвиток технологій, особливо актуальними є дослідження штучного інтелекту, пов'язані із його розвитком, аналізом прикладів його ефективного впровадження у різних сферах, передусім економічній, соціальній, тощо : у бізнесі, у фінансовій, банківській сферах, промисловості, маркетингу, освіті та інших[1,2].

Важливо визначити, що штучний інтелект являється галуззю науки, що займає собою розробку систем, здатних виконувати завдання, що зазвичай вимагають людського інтелекту.

Штучний інтелект застосовується у великому спектрі виробництва для автоматизації його процесів. Роботи, які вимагають рутинної роботи чи монотонних завдань, можуть бути передані інтелектуальним системам.

Банківські та фінансові установи застосовують штучний інтелект для аналізу ринків, прогнозування трендів, ризик-аналізу та виявлення шахраїв.

Також він застосовується для створення експертних систем, що можуть аналізувати величезні обсяги даних та робити висновки в конкретних галузях, таких як право, наука, інженерія тощо.

Штучний інтелект може навчатись на основі власного досвіду, вдосконалюючи свої навички з часом. Що застосовується в робототехніці та інших галузях для створення більш адаптивних систем.

Однак існують і інші сторони, що варто враховувати. З розвитком штучного інтелекту виникають етичні питання щодо приватності, відповідальності за прийняття рішень та можливістю використання для військових цілей.

Штучний інтелект може замінити людську працю в багатьох сферах, що може призвести до масового безробіття та соціальних проблем.

Збір та обробка великих обсягів даних для навчання алгоритмів штучного інтелекту може порушувати приватність особистої інформації. Його розвиток може призвести до глибокої залежності від цієї технології, що може створити проблеми в разі відмови або неполадок.

Застосовування штучного інтелекту в певних контекстах, таких як військова сфера або розробка автономних збройних систем відкриває деякі етичні, безпекові та правові питання, які потрібно враховувати. Використання штучного інтелекту для автоматизації та покращення безпілотних апаратів, що робить їх більш ефективними у веденні розвідки та військових операцій. Вони можуть автоматично визначати цілі, слідкувати за рухами противника і навіть здійснювати автономний удар, а також допомагає аналізувати великі обсяги інформації для прийняття стратегічних та тактичних рішень. Відсіювання інформації, виявлення залежності і прогнозування подій стає ефективнішим завдяки алгоритмам машинного навчання.

Штучний інтелект може допомагати в управлінні великими системами в режимі реального часу. Автоматизація планування бойових операцій та координація військових сил можуть підвищити ефективність дій.

Також застосування штучного інтелекту може бути направлено на створення реалістичних фотографій, відео, аудіо записів або текстового контенту, що може бути використано як інструмент дезінформації. Крім того, штучний інтелект дозволяє створювати фейкові зображення та відео, які важко відрізнити від реальних, а також може бути використаний для створення автоматизованих ботів, які поширюють дезінформацію через соціальні мережі. Ці боти можуть швидко розповсюджувати фейкові новини, коментарі або інші форми дезінформації, щоб впливати на громадську думку.

Дослідження питань, пов'язаних із розвитком штучного інтелекту, вимагає враховувати, що штучний інтелект може призводити як до значних переваг, так і до можливих загроз, і тому їх вирішення потребує комплексного підходу. Тому нижче розглянемо суть перших і других [3]. Так, зокрема, перевагами у застосуванні штучного інтелекту можуть бути:

- діагностування захворювання. Так, використання штучного інтелекту в сфері охорони здоров'я очікує щорічне зростання на 40%, дозволяючи більш якісно діагностувати захворювання та економити час і кошти;

- правова сфера. Застосування технологій штучного інтелекту в правоохоронній діяльності, такій як судові та правоохоронні реєстри, сприяє ідентифікації осіб та наданню необхідної інформації;

- аналіз великого обсягу даних. Штучний інтелект забезпечує швидкий та точний аналіз великих обсягів даних у промисловості, економіці та інших галузях.

- допомога у космічній сфері та науці. Використання штучного інтелекту у сфері космічних місій та наукових досліджень дозволяє ефективно планувати місії та виявляти небезпеки;

- економія часу. Штучний інтелект, вже запрограмований для виконання певних видів робіт, забезпечує ефективність без потреби додаткового навчання;

- підвищення ефективності безпілотних систем. Штучний інтелект дозволяє автоматизувати та покращити функції безпілотних апаратів, зробивши їх більш ефективними в розвідці та військових операціях. Автономна інтелектуальність забезпечує здатність визначати цілі, слідкувати за рухами противника та виконувати автономний удар допомагаючи зменшити ризик для людського життя;

- економія коштів у банківській сфері. Застосування штучного інтелекту допомагає виявляти шахрайства та розробляти інвестиційну політику у банківському секторі;

Можливі загрози від застосування штучного інтелекту включають:

- масове безробіття. Штучний інтелект може призвести до економічної кризи та конфліктів;

- втрата контролю. Створення штучного інтелекту з людською моделлю мозку може призвести до неконтрольованості його роботи;

- розвиток конфліктів. Штучний інтелект може призвести до конфліктів на релігійному, соціальному та економічному рівнях.

Виходячи із вищенаведеного, можна зробити висновок, що розвиток штучного інтелекту протягом наступних років набуде ще більших масштабів та поставить перед суспільством нові виклики. Відповідно, набудуть особливого значення формування вмінь і набуття навичок із реалізації комплексного підходу до вирішення проблемних питань,

пов'язаних із розвитком штучного інтелекту, який не може замінити критичного мислення та проведення самостійного аналізу.

Список використаних джерел:

1. Володимир Кузьомко Влада Бурангулова Влада Бурангулова. **МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ**
<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/808>
2. Іван Примаченко Штучний інтелект в освіті: можливості, виклики та перші кроки великої адаптації
<https://life.pravda.com.ua/columns/2023/08/4/255650/>
3. Дарія Махненко. І знову про штучний інтелект. Допомога, загроза чи пусті балачки?
<https://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/i-znovu-pro-shtuchniy-intelekt-dopomoga-zagroza-chi-pusti-balachki.html>

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ В ПЕРІОД ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Олексенко Л.В.

*к.е.н., доцент, старший науковий співробітник
ТОВ «Інститут інноваційної біоекономіки»*

У сучасних умовах господарювання, зокрема в період війни в Україні, національна інноваційна система виконує роль інституціональної основи інноваційного розвитку економіки та створює необхідні умови і ресурси для ефективної наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності в країні. Ефективність функціонування національної інноваційної системи в значній мірі залежить від результативності функціонування ринкового механізму, який надає певної спрямованості економічній поведінці суб'єктів інноваційної діяльності шляхом створення належних умов для їх взаємодії з різними науково-дослідними і фінансовими структурами. Таку взаємодію забезпечують суб'єкти ринкової інноваційної інфраструктури. Інноваційна інфраструктура є ядром національної інноваційної системи. Функціонування інноваційної інфраструктури сприяє розширенню міри дифузності (масштабності поширення) і реалізації потенціалу нововведення. Ця складова національної інноваційної системи спрямована на сприяння інноватору в подоланні різного роду проблем, пов'язаних з передбачуваними значними перетвореннями в системі, що сприймає нововведення.

В економічний обіг термін «інфраструктура» (від латинських слів *infra* – нижче і *structura* – будова, розташування) введено в середині двадцятого століття вченим із США П.Н. Розенштейн-Роданом [1]. Він розумів під інфраструктурою умови, що сприяють розвитку суспільного виробництва і необхідні для «обслуговування обороту капіталу в галузях економіки», спрямовані на задоволення потреб населення.

Інноваційну інфраструктуру можна визначити як організаційно-економічний комплекс, що безпосередньо забезпечує умови ефективної реалізації нововведень господарюючими суб'єктами. Необхідно зазначити, що її об'єкти не є «виробниками» інновацій, а забезпечують їх створення та розповсюдження. У даному контексті доречно сформулювати основні критерії віднесення окремих елементів інноваційної системи до інфраструктури:

1. Просування нововведення в практику (крім виготовлення).
2. Економічна відособленість об'єктів інфраструктури.

В інноваційній інфраструктурі можна виділити кілька функцій (табл. 1).

Таблиця 1

Функції інноваційної інфраструктури в період війни в Україні (Складено автором)

Функція	Характеристика
Забезпечуюча	Забезпечення умов для ефективної організації інноваційної діяльності
Стимулююча	Стимулювання інноваційного розвитку за рахунок ефективно організації циклу «виникнення нововведення – впровадження нововведення – поширення нововведення – вдосконалення нововведення»
Інтеграційна	Інтеграція наукового та підприємницького сектора, що сприяє прискоренню процесу перетворення нововведень в інновації
Соціальна	Створення додаткових робочих місць за рахунок малого інноваційного бізнесу, зростання добробуту населення, вирішення екологічних проблем

Основними елементами інноваційної інфраструктури є технопарки, наукові парки, технополіси, бізнес-інкубатори, інноваційно-технологічні центри, індустриальні парки, бізнес-інноваційні, телекомунікаційні та торгові мережі, консалтингові фірми, фінансові структури та інші.

Більша частина об'єктів виробничо-технологічної інноваційної інфраструктури в період війни в Україні має суттєві проблеми, пов'язані з низьким рівнем фінансування, слабкою управлінською діяльністю, недостатньою інформованістю потенційних фірм-інноваторів про можливості ВТП, недосконалістю законодавчої бази та проблемами соціально-психологічного характеру.

Очевидно, що українські об'єкти інноваційної інфраструктури в основній масі не виконують функцій інкубування, а служать якимись «майданчиками безпеки», що огорожують фірми-інноватори від негативних факторів зовнішнього середовища. Зростання фірм-інноваторів до стадії розширення і «вихід» з технопарку відбувається досить рідко, в т.ч. через відсутність стимулів як з боку парку, так і самої фірми.

Інфраструктура інноваційного розвитку в Україні перебуває в початковому стані. У ній представлені лише окремі типи інноваційних структур, зокрема технопарки, наукові

парки, індустріальні парки, бізнес-інкубатори. Причому, діяльність лише незначної їх частини відповідає завданням, які мають вирішуватися ними виходячи з світового досвіду організації діяльності різних типів інноваційних структур. Тобто, в Україні в період російсько-української війни не тільки обмежена кількість інноваційних структур, але і склалася їх структурна та функціональна незавершеність.

Серед бар'єрів, які стримують розвиток інноваційних структур в період війни в Україні, особливе значення має невідпрацьованість механізму державного регулювання цього процесу, необґрунтована централізація прийняття рішень про створення нових структур на вищому рівні влади. Останнє можна пояснити відсутністю адекватного уявлення в органах державного управління про роль, можливості і функціональні особливості різноманітних типів інноваційних структур, а також зміст відповідальності кожного з існуючих органів державного управління [2, с. 304-305].

Національна інноваційна система в цілому повинна мати єдину законодавчу базу та бюджетну політику, а гнучкість цієї системи необхідна для своєчасного пристосування до динамічних внутрішніх та зовнішніх умов [3, с. 95].

Останнім часом держава проводить активну інноваційну політику, але, незважаючи на це проблеми поки що мають місце.

Таким чином, від рівня розвитку інноваційної інфраструктури, що забезпечує умови ефективної реалізації технологічних нововведень господарюючими суб'єктами, від якості її функціонування, буде залежати не тільки швидкість здійснення інноваційних перетворень в економіці, їх вартість і результативність, а й ефективне функціонування національної інноваційної системи в умовах війни в Україні.

Список використаних джерел:

1. Носова С.С. Производственная инфраструктура в системе государственно-монополистического капитализма. М.: Высшая школа, 1983. 127 с.
2. Онікієнко В.В., Смельяненко Л.М., Терон І.В. Інноваційна парадигма соціально-економічного розвитку України: монографія. К.:РВПС НАН України, 2006. 480 с.
3. Tsekhanovych V. Models of innovation infrastructure in euroregions. *Економічний вісник Донбасу*. 2019. №4 (58). С. 93-96

APPLYING ARTIFICIAL INTELLIGENCE AS THE FACTOR TO SUSTAIN INCLUSIVE EDUCATION IN UKRAINE

Сидорів С.М.,
викладач Івано-Франківського фахового коледжу
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

The ongoing Russian Federation`s aggression in Ukraine has resulted in widespread disruption, impacting various facets of society, with education emerging as a particularly vulnerable sector, therefore the sustenance of inclusive education (IE) in particular, is imperative for societal

resilience. This paper explores the pivotal role that artificial intelligence (AI) can play as a strategic factor in sustaining and advancing inclusive education, with a specific focus on the active involvement of businesses and community initiatives. By examining the applications of AI, the opportunities it presents, and the contributions businesses can make, this research aims to shed light on the synergies between technology, education, and corporate social responsibility in fostering IE. The paper also aims to provide a comprehensive understanding of how cutting-edge technologies can be harnessed to ensure access to quality education for all, even in the midst of war. *The* research employs a multifaceted methodology, offering valuable perspectives on the practical implications and challenges faced in implementing AI-based solutions within the Ukrainian context.

When applying Bronfenbrenner's bio-social-ecological systems to the development of an individual, educators progressively moved from a more individual (micro) focus to a multisystem understanding of person-environment reciprocal processes [2, c. 171], thus our research examines and includes the synergy of technical innovations, business initiatives and recent educational trends.

The businesses involvement in supporting education via technical innovations can be the driver in the advancement of IE providing the following:

- **Corporate-backed AI educational tools.** Businesses can stimulate the development and deployment of AI educational tools tailored for inclusive learning. Adaptive platforms, virtual classrooms and assisted tutoring systems can be developed and sponsored by businesses, providing educators with cutting-edge resources to address diverse learning needs.

- **Infrastructure investment.** The business sector can contribute to the sustainability of IE by investing in the necessary infrastructure. Building and upgrading technological capabilities in educational institutions, especially in conflict-affected regions, can facilitate the seamless integration of AI tools and ensure long-term viability.

- **Workforce development programs.** Active participation in fostering inclusion by initiating workforce development programs that focus on AI education. Collaborations with educational institutions can ensure that students, including those in marginalized communities, are equipped with the skills needed for an AI-driven future, promoting IE in the workforce.

Thus, we can single out the following opportunities of applying AI to IE:

- **Access to education.** In conflict zones, traditional educational infrastructure is often disrupted or inaccessible. AI-driven innovations offer a promising avenue to bridge this gap. Distance and individual learning can benefit from applying AI-powered adaptive learning systems that have the potential to transcend physical barriers, reaching students in even the most remote and conflict-affected areas, thus ensuring continuity in education.

- **Personalized learning and adaptive learning platforms.** AI technologies provide the means to develop personalized learning experiences tailored to individual student needs. By leveraging data analytics and machine learning algorithms, educational content can be tailored to

suit individual learning styles and preferences. This approach is particularly beneficial for students with diverse learning requirements, ensuring that education remains not only accessible but also adapted to the unique challenges faced by learners during times of war. Adaptive platforms can dynamically adjust content, pacing, and assessment methods, fostering an inclusive environment.

- **Safe and inclusive virtual learning environments.** In conflict-affected regions where traditional classrooms may be disrupted, virtual learning environments provide an alternative, ensuring continuous access to education. These platforms facilitate remote learning, transcending geographical barriers and allowing students to engage with educational content from the safety.

- **Assistive technologies for special educational needs:** AI can play a pivotal role in developing assistive technologies tailored to students with special needs. From speech recognition software to adaptive interfaces, these technologies empower students with disabilities, facilitating their full participation in the educational process and promoting a more inclusive learning environment.

We cannot but mention several limitations or challenges attached to AI application:

- **Infrastructure challenges.** While the promise of AI in education is considerable, practical challenges abound, especially in conflict zones with limited infrastructure. Inconsistent access to electricity, sporadic internet connectivity, and the scarcity of necessary hardware can hinder the effective deployment of AI-based educational tools. Addressing these infrastructure challenges is paramount to realizing the full potential of AI in IE.

- **Socio-cultural considerations.** The deployment of AI in education requires understanding of the socio-cultural context. Varying educational and cultural backgrounds, individual modes of learning and the need for diverse representation in educational content pose challenges. Ensuring that AI algorithms are free from bias and culturally sensitive is paramount to fostering an inclusive environment. Additionally, engaging local communities and businesses in the development and implementation of AI solutions is vital for their success; therefore, the initiatives must be inclusive and tailored to the unique abilities, needs and circumstances of students.

- **Social participation vs. personalization.** IE is more concerned with developing a ‘common ground’ for educational activity, rather than developing a one-on-one relationship between the teacher and the student, therefore IE is portrayed as political, involving the promotion of active, collective, and democratic forms of citizen participation [1].

Notwithstanding, the war has brought immense disruptions to all spheres and aspects of individual and social life, so AI can offer unthinkable yet perspectives to sustain inclusive efforts and strengthen resilience of individuals and the nation as the whole.

In conclusion, this paper provides insights into the transformative potential of AI and innovations in promoting inclusive education during the war in Ukraine. AI has the potential to overcome traditional barriers and provide equitable educational opportunities for all. While

opportunities abound, addressing the limitations is crucial for the successful implementation of AI in the education sector. As we navigate this intersection of technology and education in conflict zones, it is essential to consider not only the technical aspects but also the cultural and contextual relevance of these solutions. This research contributes to the ongoing dialogue on leveraging technology for inclusive education in challenging environments, offering recommendations for educators and businesses committed to building a more inclusive and resilient future for affected communities. The paper highlights the strategic role of businesses in sustaining IE through the application of AI. By actively supporting the development of AI educational tools, investing in infrastructure, and promoting workforce development, businesses can contribute to building a more inclusive educational landscape. However, businesses must navigate challenges related to ethical AI practices and establish collaborative partnerships to ensure the effectiveness and sustainability of their contributions.

Literature:

1. Knox, J., Wang, Y., Gallagher, M. Introduction: AI, inclusion, and ‘everyone learning everything’. In: Knox, J., Wang, Y., Gallagher, M. (eds) *Artificial Intelligence and Inclusive Education. Perspectives on Rethinking and Reforming Education*. Springer, Singapore, 2019. https://doi.org/10.1007/978-981-13-8161-4_1
2. Sydoriv S. Training educators to foster inclusion and resilience: Lessons from Ukraine. *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*. 2023. №10, vol. 1. С. 167-186. <https://doi.org/10.15330/jpnu.10.1.167-186>.

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ: ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЇ В СФЕРІ ФІНАНСОВОГО АУДИТУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Степовий С.М.

аспірант кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Повномасштабне військове вторгнення в Україну спонукало до виникнення значних проблем, що стали викликом для подальшого стабільного розвитку економічного та фінансового сегментів в Україні, зокрема: проблеми безпеки, гуманітарна криза, девальвація національної валюти, падіння валового внутрішнього продукту, міграція населення. З браком кваліфікованого персоналу зіткнулися багато національних підприємств, що підтверджується численними дослідженнями [1]. Дана проблема не оминула і аудиторські компанії. Штучний інтелект (ШІ) може бути одним із інструментів для часткового вирішення даної проблеми у фінансовому секторі.

ШІ - це складна інформаційна система, яка відтворює інтелектуальні процеси людини за допомогою машин, особливо комп'ютерних систем. Вона охоплює навчання (здобуття знань та інформації та їх використання), мислення (розв'язання проблем у новий або інтуїтивний спосіб) та самовдосконалення (адаптація до нових інформаційних вхідних даних).

Історія ШІ почалася в 1950-х роках, коли вчений Алан Тюрінг запропонував концепцію машини, здатної імітувати людське мислення. Перша конференція з ШІ відбулася в 1956 році в Дартмутському коледжі, що знаходиться в Ганновері, штат Нью-Гемпшир, США, яка поклала початок формуванню цієї дисципліни як окремої галузі науки.

З тих пір, ШІ пройшов шлях від простих алгоритмів до складних систем, які включають машинне навчання (ML), обробку природної мови (NLP) та робототехніку. Останні технологічні досягнення дали можливість створенню глибоких нейронних мереж, що значно покращили здатність ШІ аналізувати дані та вчиняти висновки на їх основі.

ШІ застосовується в різноманітних галузях, включаючи медицину, освіту, автомобільну промисловість, фінанси та аудит, і продовжує трансформувати сучасний світ, роблячи його більш інформаційним та ефективним.

У сфері фінансового аудиту ШІ відкриває нові горизонти. Наприклад, KPMG, одна із аудиторських компаній "Великої четвірки", вже розробила портфель інструментів ШІ під назвою KPMG Ignite, щоб покращити бізнес-рішення та процеси на цифровій платформі. Цей портфель включає ІА-інструменти, інтегратори ШІ для забезпечення сумісності з існуючою ІТ-інфраструктурою, настанови для клієнтських компаній та розробку прототипів [2].

Компанія EY (раніше відома як Ernst & Young) активно застосовує штучний інтелект для аналізу договорів оренди, що полегшує вилучення важливої інформації з документів (дата початку оренди, сума, яка повинна бути сплачена, та опції продовження або припинення договору). Компанія вже запустила програму, яка використовує комп'ютерний зір, щоб повітряні безпілотники могли контролювати інвентаризацію безпосередньо в процесі аудиту. Цей безпілотник може підраховувати, наприклад, кількість транспортних засобів на виробничому заводі перевіряти і передавати ці дані безпосередньо в глобальну цифрову платформу аудиторської фірми [3].

Не відстають у впровадженні ШІ і інші представники "Великої четвірки". Компанія Делойт вже використовує ШІ для автоматизації процесу перегляду та вилучення всієї релевантної інформації з контрактів, що значно скорочує час, проведений на перегляді юридичних документів, рахунків-фактур, фінансових звітів та протоколів засідань ради директорів [3].

Також PwC отримала нагороду "Інновація року в аудиті" за технологію GL.ai. Це система на основі ШІ, яка може аналізувати документи та готувати звіти. Ця технологія вже

була натренована на аудиторських даних з Канади, Німеччини, Швеції та Великої Британії [3].

Тема використання штучного інтелекту (ШІ) у сфері аудиту з кожним днем набуває все більшого значення. Адаптація ШІ може кардинально змінити підхід до аудиторської діяльності, прискорити процеси та забезпечити високий рівень точності аналізу.

Можливості для застосування:

- **Автоматизація обробки даних:** ШІ може автоматизувати обробку великих обсягів даних, що звільняє аудиторів від рутинної роботи та дозволяє сконцентруватися на більш складних задачах.
- **Розширений аналіз даних:** ШІ дозволяє проводити глибокий аналіз даних, виявляючи складні закономірності та аномалії, які можуть вказувати на фінансові викривлення.
- **Прогнозування та моделювання:** ШІ може використовуватися для побудови прогнозних моделей, які допоможуть аудиторам краще розуміти поточні та майбутні ризики.

Переваги:

- **Ефективність та точність:** ШІ забезпечує високий рівень точності в аналізі даних та зменшує ймовірність помилок.
- **Швидкість:** Автоматизація дозволяє значно прискорити процеси аналізу та оцінки даних.
- **Об'єктивність:** ШІ вільний від особистих упереджень, що може покращити об'єктивність аудиторських висновків.
- **Зниження витрат:** Автоматизація деяких процесів аудиту допомагає знизити витрати на ресурси та робочу силу, що може позитивно вплинути на бюджет компанії.

Недоліки:

- **Висока вартість:** Впровадження та підтримка систем на базі ШІ може бути дорогавартісною для середніх та малих аудиторських компаній.
- **Залежність від якості даних:** Якість висновків, які робить ШІ, безпосередньо залежить від якості вхідних даних.
- **Конфіденційність та безпека даних:** Використання ШІ вимагає ретельного контролю та захисту конфіденційної інформації, що може створити ризик порушення конфіденційності даних.
- **Потреба в кваліфікованих фахівцях:** Для ефективного використання ШІ потрібні висококваліфіковані спеціалісти, які зможуть налаштувати системи та правильно інтерпретувати результати. [4]

Сучасні технології штучного інтелекту відкривають нові горизонти для аудиторської галузі, допомагаючи компаніям ефективно та професійно надавати свої послуги. Очікується,

що до 2025 року 30% фінансових аудитів проводитиметься з використанням штучного інтелекту. Завдяки його інтеграції в аудиторські процеси, компанії можуть досягти більшої прозорості, об'єктивності та надійності в оцінці фінансової звітності. Водночас, вони приносять виклики, з якими буде важливо впоратися для досягнення найкращих результатів.

Список використаних джерел:

1. Максим Самойлюк, Трекер економіки України під час війни URL: <https://ces.org.ua/tracker-economy-during-the-war/> (дата звернення: 03.11.2023)
2. Sebastian Stöckle, All eyes on: Transforming the audit with AI URL: <https://kpmg.com/xx/en/blogs/home/posts/2023/02/all-eyes-on-transforming-the-audit-with-ai.html> (дата звернення: 03.11.2023)
3. Daniel Faggella, AI in Accounting Big Four – Comparing Deloitte, PwC, KPMG, and EY URL: <https://emerj.com/ai-sector-overviews/ai-in-the-accounting-big-four-comparing-deloitte-pwc-kpmg-and-ey/> (дата звернення: 03.11.2023)
4. Андрій Попов, Використання технологій на основі штучного інтелекту в аудиті URL: <https://blog.liga.net/user/apopov/article/51009> (дата звернення: 03.11.2023)

ЯК ПОБУДУВАТИ КАР'ЄРУ МРІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ

Устинська Н. В.

*HR менеджер, Кар'єрний консультант,
Консалтингова компанія Expert HR-generalist*

Попри непростий для людей та країни час багато компаній продовжують успішно працювати та підтримувати економіку. Та що дуже важливо – дають людям робочі місця, а також пропонують фахівцям високі заробітні плати та можливість кар'єрного зросту.

Доведено, щоб побудувати кар'єру в галузі економіки, поряд із знаннями з економіки, слід мати набори м'яких навичок. Означено, що наразі можна виділити чотири основні моделі успіху для випускників економічних спеціальностей: бізнес-кар'єра: топ-менеджер; підприємницька кар'єра: власний бізнес; державна служба: чиновник вищого рівня; науково-дослідницька кар'єра: учений [1, с.131].

Сучасний ринок праці постійно змінюється – сфера працевлаштування та рекрутингу зазнає приголомшливих трансформацій. Кваліфікованих професіоналів критично не вистачає, тому зараз, як ніколи відкриваються можливості знайти себе та побудувати кар'єру своєї мрії.

Саме основне на що потрібно звернути свою увагу, це Ваше резюме. Резюме – візитна картка пошукача, тому його потрібно зробити максимально структурованим. Важливий момент в резюме, це лаконічність, чіткість, правдивість. Вкажіть Ваші професійні та особисті навички. І не забувайте про фото. Воно має бути відкритим та позитивним. Є різні види резюме і в залежності від вакансії, ваших навичок та необхідного досвіду потрібно підібрати певний тип. Хронологічне, функціональне чи комбіноване.

Найбільш популярним є **хронологічне**. Тут все розповідаємо послідовно, але починати потрібно з останнього місця роботи. **Функціональне** – це резюме, у якому основний акцент

йде на певні професійні навички та досвід у цій сфері. Тут їх варто описати на самому початку. Такий вид підійде більше новачкам. **Комбінований** вид резюме, у якому зустрічаються особливості двох попередньо згаданих видів. Це така більш складніша версія хронологічного резюме. Такий вид підійде тим, хто хоче змінити професію, або вирости у кар'єрному плані.

В залежності від вакансії, навичок чи наявності необхідного досвіду, обираємо той вид, який найбільш підсвітить Ваші сильні сторони.

Наймання за навичками: роль грає не те, де ви були, а те, що ви вмієте.

У 2024 році важливі навички кандидатів, а не «родовід» колишніх роботодавців у резюме.

Особливо це стосується особистих навичок, які можуть вам здатися несуттєвими, проте будуть важливими для роботодавця. Soft skills допомагають не стільки бути висококласним фахівцем, скільки будувати кар'єру та сформувати власну репутацію [2]. Тож сьогодні зібрані необхідні навички, які вам потрібно вказати у резюме:

- Управління часом.
- Навички комунікації.
- Навички командної роботи.
- Гнучкість, адаптивність.
- Лідерські якості.
- Самомотивація.
- Увага до деталей.
- Емоційний інтелект.

На нашу, майбутній працівник має використати 6 можливостей, які допоможуть стати висококваліфікованим професіоналом своєї справи.

1. Монітор ринок праці.

Вивчайте відкриті вакансії по своєму напрямку і досліджуй своїх конкурентів.

2. Попадайте в очікування роботодавця.

Розцінюйте будь-яку роботу не тільки зі своїх потреб, але й з точки зору чим Ви можете бути корисними бізнесу.

Робіть SWOT аналіз, аналізуйте себе, питайте інших, але зрозумійте, в чому Ви найбільш круті і акцентуйте на цих рисах компетенцій/навичках підсвітіть їх в резюме, на співбесіді і згодом у роботі.

3. Дивіться ширше.

Якщо не виходить з певною вакансією, розгляньте ринок праці, шукайте у інших локаціях, в інших сферах, у інших форматах. Імпровізуйте!

5. Не бійтеся виходити з категорії професіонала знову в категорію новачка.

Якщо змінили сферу, звертайся за допомогою до менторів, які вже знають весь професійний шлях, які навчають швидше і якісніше, те саме, до чого б ви дійшли за рахунок свого досвіду, методом проб і помилок.

6. Скористайтеся послугою кар'єрного консультанта. Послуги кар'єрного консультанта дуже важливі, адже зараз світ став динамічним і він вимагає постійного розвитку від людини. Кар'єрний консультант допоможе написати привабливе резюме, мотиваційний лист. Допоможе розібратися куди рухатися і який професійний шлях обрати, щоб досягти успіху; які компетенції потрібно прокачати; як підготуватися до співбесіди; як отримувати пропозиції від рекрутерів LinkedIn; як знайти роботу без практичного досвіду; як стартувати в кар'єрі та розвиватися в конкретній професії чи сфері.

І саме основне, що потрібно розуміти на шляху до успіху:

1. Ідіть туди де страшно, саме там Ви отримаєте силу.
2. Виходьте із зони комфорту. Саме страх виходу із зони комфорту заважає розкрити свій потенціал. Розгледіти та повірити у Ваші таланти. Розкрутіть колесо Ваших можливостей.
3. Саморозвиток. Нічого в світі так не мотивує і не дає наснаги, як щира цікавість до професійного та особистого розвитку. Станьте кращою версією себе.
4. Підсвітіть Ваші сильні сторони та дайте їм огранку. Ваші компетенції засяють наче діаманти.
5. Не бійтеся Ваших слабких сторін. Тільки визнавши, можна трансформувати їх у сильні.

Отже, побудувати кар'єру в умовах війни найкраще за допомогою кар'єрного консультанта, який допоможе написати мотиваційний лист, привабливе резюме та розкрити Ваші сильні сторони.

Список використаних джерел:

1. Стешенко О. Підготовка до професійної кар'єри як складова якості навчання студентів економічних спеціальностей. Scientific Collection «InterConf» 134 (2022): 131-137.
2. Осадчук Н. Розвиток Soft Skills як передумова особистісного зростання. Наука і техніка сьогодні. 14 (14) (2022).

Напрямок 4. Соціальний вплив підприємництва в зонах війни: досвід України.

КІБЕРБЕЗПЕКА ПІД ЧАС ВІЙНИ: ДОСВІД УКРАЇНИ

Бринзей Б. С.

к.е.н., завідувач відділення фінансів та інформаційних технологій

Івано-Франківський фаховий коледж технологій та бізнесу

Хльоупек Д.С.

студент 3 курсу спеціальності «Комп'ютерні науки»

Івано-Франківський фаховий коледж технологій та бізнесу

Підприємство під час війни може мати значний соціальний вплив, а кібербезпека відіграє важливу роль у забезпеченні стабільності та безпеки підприємств. Забезпечення надійного кіберзахисту – одне з ключових завдань для кожної української установи та організації будь-якої форми власності [3].

У зоні війни підприємства зазнають підвищеного ризику зі сторони фізичних загроз, таких як фізичне пошкодження майна або перерви в роботі через воєнні дії. У зоні конфлікту підприємства можуть зазнавати кібератак, що може призвести до серйозних наслідків, таких як крадіжка інформації, порушення робочих процесів чи паралізації діяльності. Такі атаки можуть призвести до значних втрат та завдати шкоди репутації підприємству. На фоні фізичних ризиків, які випливають з військового стану, підприємствам необхідно приділяти серйозну увагу кібербезпеці. Наприклад, на фоні російсько-української війни можна констатувати: російські хакери не тільки збільшили кількість атак проти України (у 2,8 рази, порівнюючи 2021 та 2022 рік), а й атакують також Європу та весь цивілізований світ [1].

Умови війни можуть змінити звичайну робочу діяльність підприємства, зокрема – віддалену роботу, зміну робочих процесів та режимів доступу до корпоративної мережі. Це створює нові вектори атак та підвищує ризик порушення кібербезпеки через зміни у підприємницькому середовищі. Умови війни можуть зробити інформаційні системи підприємств дуже вразливими. Збереження даних та захист інформації від кібератак стає надзвичайно важливим для збереження конфіденційності, цілісності та доступності важливої інформації під час конфлікту. Збереження і захист даних від кібератак стає не лише стратегічним заходом, а й ключовою складовою для функціонування підприємств в складних умовах військових конфліктів. Організації повинні активно вдосконалювати свої системи захисту, використовуючи передові технології кібербезпеки та вдосконалювати стратегії реагування на можливі загрози, щоб уникнути серйозних наслідків втрати інформації чи порушення бізнес-процесів. Тільки такий підхід дозволяє підприємству зберегти свою конфіденційність та продовжувати ефективно функціонувати в умовах воєнного конфлікту.

Країна-терорист росія розв'язала проти України жорстоку неспровоковану війну, яка ведеться на всіх фронтах: військовому, дипломатичному, економічному, а також у кіберпросторі [2]. Тому технології кібербезпеки відіграють важливу роль в захисті критично важливих об'єктів у зоні війни. Це може включати застосування кіберзаходів для захисту інфраструктури від кібератак, які можуть бути спрямовані на підприємство. Ці елементи включають в себе систему заходів, які виявляють атаки та вразливості в мережі, щоб оперативно реагувати на них. Фаєрволи та системи внутрішньої безпеки контролюють трафік у мережі, блокуючи атаки та захищаючи внутрішні системи від несанкціонованого доступу. Також використання шифрування даних, мультифакторної аутентифікації, регулярного оновлення програмного забезпечення, навчання персоналу щодо кіберзагроз, а також резервного копіювання та відновлення даних – усі ці заходи спрямовані на підвищення рівня захисту підприємств у військових умовах.

Конфлікт також може стимулювати розвиток нових технологій та методів захисту від кіберзагроз. Підприємства, які функціонують у цих умовах, можуть створювати нові рішення для захисту від кіберзагроз, які можуть бути корисними не лише для них самих, а й використовуватися для ширшого застосування. Підприємства, які функціонують у військових умовах, часто виявляють потребу в більш ефективних та надійних методах кіберзахисту. Це може призвести до створення нових рішень, що включають у себе інноваційні програмні розробки, розумні алгоритми кібербезпеки або нові стратегії та реагування на загрози. Інновації, розвинуті під впливом військових конфліктів, можуть мати потенціал для зміни підходу до кібербезпеки.

Соціальний аспект враховує підвищення відповідальності та свідомості персоналу щодо кібербезпеки. В умовах військових конфліктів, навіть, звичайні дії співробітників можуть мати важливе значення для захисту інформації. Тому формування свідомого підходу до кібербезпеки та проведення навчання, що враховують специфіку воєнних умов, становлять важливу складову захисту підприємства. Тому соціальний вплив в умовах війни змінює підходи до кібербезпеки, вимагає від підприємств зміни корпоративної культури для забезпечення ефективного захисту в нових умовах.

Урядові структури відіграють важливу роль у забезпеченні кібербезпеки підприємств у зоні війни. Забезпечення належного рівня захисту та сприяння співпраці між урядовими органами та приватним сектором може сприяти підвищенню рівня безпеки. Урядові органи можуть створювати правову базу та стандарти, які регулюють кібербезпеку в регіонах, сприяючи підвищенню обізнаності підприємств щодо загроз і деяких заходів безпеки. Також вони можуть забезпечити доступ до ресурсів та експертної підтримки, що дозволить підприємствам впроваджувати найбільш ефективні заходи захисту. Співпраця між

урядовими структурами та приватним сектором відіграє важливу роль у створенні рівних умов для розвитку ефективних заходів безпеки.

Варто також відзначити, що, незважаючи на складну ситуацію і численні виклики для кібербезпеки, Україна їм протистоїть. Вона посідає 24-те зі 160 місць у рейтингу Національного індексу кібербезпеки, який щорічно складає Фонд електронного врядування Естонії [2]. Отже, враховуючи небезпеки, які виникають через військові конфлікти, кібербезпека стає аспектом, який потребує уваги підприємств та урядових структур для забезпечення стабільності та захисту важливих даних та інформації.

Список використаних джерел:

1. Інформаційне агентство Interfax-Україна. URL: <http://surl.li/njnhw> (дата звернення: 15.11.2023).
2. Мінфін. URL: <http://surl.li/njncd> (дата звернення: 15.11.2023).
3. Урядовий портал. URL: <http://surl.li/geeva> (дата звернення: 15.11.2023).

РОЛЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВІДНОВЛЕННЯ ТА ПІДТРИМКА ПІДПРИЄМСТВ

Гудзик Д.Л., Федущак І.Р.

Студентки 2 курсу економічного факультету,

ОПП «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Науковий керівник Ємець О.І.,

К. е. н., доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки

Роль державного регулювання в умовах війни відкриває можливість розгляду важливих аспектів, пов'язаних із впливом держави на економіку, соціум і загальний стан країни під час військових конфліктів. Нижче представлені можливості цих та аспектів для розгляду.

1. Забезпечення економічної стабільності: дослідження заходів, які держава може здійснювати для забезпечення економічної стабільності в умовах війни, включають фінансові інструменти, контроль над інфляцією та інші макроекономічні заходи.

2. Створення стратегій відновлення економіки: аналіз ролі державного регулювання у встановленні та виконанні стратегій відновлення економіки після закінчення війни.

3. Підтримка соціальної сфери: вивчення заходів для підтримки соціальної сфери, включаючи охорону здоров'я, освіту та соціальний захист, щоб забезпечити добробут населення в умовах війни.

4. Безпека праці та регулювання бізнес-процесів: аналіз державних ініціатив щодо забезпечення безпеки праці та регулювання бізнес-процесів для підтримки підприємств у воєнний період.

5. Захист прав та інтересів громадян: дослідження ролі державного регулювання в забезпеченні захисту прав та інтересів громадян у період війни, включаючи права на працю та освіту.

6. Ефективне управління ресурсами: розгляд методів ефективного управління ресурсами, включаючи призначення та розподіл матеріальних, фінансових та трудових ресурсів.

7. Забезпечення безпеки економічних систем: аналіз заходів щодо забезпечення безпеки економічних систем та запобігання корупції в умовах війни [3].

Дані аспекти можуть допомогти в розгортанні аналізу регулювання ролі держави в умовах війни та розробці рекомендацій для політики та стратегій, спрямованих на підтримку стабільності та розвитку в цих складних умовах.

Відновлення та підтримка підприємств особливо актуальна в умовах війни, коли економічні структури можуть зазнати серйозних втрат та викликів. Нижче нами запропоновано можливі аспекти для розгляду в рамках цих проблем.

1. Оцінка збитків та визначення пріоритетів. Аналіз методів оцінки економічних збитків підприємств внаслідок воєнних дій та визначення пріоритетів для подальшого відновлення.

2. Фінансова підтримка та реконструкція. Розгляд можливостей фінансової підтримки для підприємств та програм реконструкції їх інфраструктури.

3. Створення програми відновлення для малого та середнього бізнесу. Вивчення ефективних програм відновлення, спрямованих на малі та середні підприємства, включаючи фінансові, консультативні та освітні ініціативи.

4. Підтримка інновацій та технологічний розвиток. Дослідження заходів підтримки інновацій та технологічного розвитку підприємств у процесі відновлення.

5. Соціально відповідальне відновлення. Аналіз програм та стратегій, спрямованих на соціально відповідальне відновлення підприємств, зокрема врахування соціальних аспектів та створення робочих місць.

6. Управління ризиками та стійкість. Розгляд методів управління ризиками та впровадження стратегій забезпечення сталого розвитку підприємств у період відновлення.

7. Співпраця з міжнародними партнерами та організаціями. Дослідження можливостей співпраці з міжнародними партнерами та організаціями для отримання фінансової та технічної підтримки

Ці аспекти можуть слугувати основою для звітнього аналізу та розробки рекомендацій з відновлення та підтримки підприємств у період воєнних конфліктів [2].

У контексті війни важливо розглядати відновлення та підтримку підприємств як ключовий елемент економічної стабільності та соціального благополуччя країни. З урахуванням викликів, що виникають в умовах воєнного стану.

Аналіз збитків, завданих підприємствам внаслідок воєнних дій, підкреслює необхідність розробки ефективних стратегій відновлення. Залучення фінансових ресурсів,

розробка програми відновлення малого та середнього бізнесу, підтримка інновацій та соціально відповідальний підхід є ключовими компонентами успішного відновлення підприємств.

Важливо визнати роль державного регулювання в цьому процесі, зокрема, у створенні ефективної фінансової системи, підтримці управління ризиками та стимулюванні інноваційного розвитку. Співпраця з міжнародними партнерами може надати додаткові ресурси та експертну підтримку [1].

Забезпечення сталого розвитку підприємств у період відновлення є етапом для побудови стійкої та конкурентоспроможної економіки. Реалізація цих заходів вимагає спільних зусиль уряду, бізнесу та громадянського суспільства з метою забезпечення ефективного відновлення та підтримки підприємств, а також створення сприятливого середовища для їх функціонування в умовах воєнних турбулентностей.

В умовах війни підприємства стають вразливими перед безліччю викликів, які можуть значно вплинути на їхню діяльність та економічну стійкість. Відновлення та підтримка підприємств стає надзвичайно ускладненим завданням для стабілізації економіки та соціального розвитку.

Аналіз збитків, завданих підприємствам під час військових конфліктів, дозволяє розширити обсяги завдань та встановити переваги відновлення. Фінансова підтримка, реконструкція інфраструктури, підтримка малого та середнього бізнесу, технологічний розвиток та соціально відповідальні ініціативи стають ключовими аспектами відновлення підприємницької діяльності.

Важливою частиною успішного відновлення є ефективне державне регулювання, що включає в себе розробку та впровадження програм підтримки, створення стабільного інвестиційного клімату та сприяння інноваційному розвитку [4].

Заходи, спрямовані на відновлення та підтримку підприємств, мають бути частиною широкої стратегії сталого розвитку країни. Спільна дія держави, бізнесу та громадянського суспільства є необхідною для досягнення цієї мети та забезпечення економічної витривалості та процвітання в умовах післявоєнного відновлення.

Список використаних джерел:

1. Гець В. Економіка України: ключові проблеми і перспективи. Економіка і прогнозування. 2016. № 1. С. 7–22.
2. Гришко В. Квадрат ефективності публічного управління. Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 17–18. С. 81–84.
3. Дяченко С. Як нам відбудувати Україну. Успішні світові кейси повоєнного відновлення. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubriceconomy/3493522-ak-nam-vidbuduvati-ukrainuuspisni-svitovi-kejsi-povoennogo-vidnovlenna.html>.
4. Законодавче регулювання діяльності державних підприємств URL: https://minjust.gov.ua/m/str_8352.

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Зозуля О.В.,

здобувач вищої освіти СВО Бакалавр

Миколаївський національний аграрний університет

Іваненко Т.Я.,

канд.екон.наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної справи та організації бізнесу

Миколаївський національний аграрний університет

В умовах воєнного стану, коли суспільство переживає виклики та нестабільність, важливою стає не лише оборона країни від зовнішніх загроз, але й забезпечення стійкості та розвитку економіки країни. Соціальне підприємництво, яке безпосередньо орієнтоване на розв'язання соціальних проблем та стимулювання економічного зростання, може відігравати важливу роль у підтримці суспільства та зміцненні його стійкості в умовах кризи.

Основна риса відмінності соціального підприємництва від традиційного бізнесу полягає в його вираженій соціальній місії та глибокому прагненні вирішувати суспільні проблеми, а не лише максимізувати прибуток. У цьому ключовому аспекті соціальні підприємці ставлять перед собою завдання не лише забезпечити власний фінансовий успіх, але й активно впливати на прогрес. Коли суспільство стикається з численними громадянськими викликами, соціальне підприємництво набуває особливої актуальності та визначається як ефективний інструмент у боротьбі з цими проблемами [3].

Основна сутність соціального підприємництва полягає в його внеску у розвиток економіки та задоволенні потреб суспільства. Соціальні підприємці не лише створюють робочі місця, але й вносять суттєвий вклад у розвиток місцевих економік, сплачуючи податки та стимулюючи підприємницьку активність.

Серед ключових вкладів громадянських підприємців у громаду - створення достойних умов для роботи та зайнятості, особливо для представників вразливих груп. Надання можливостей для зайнятості людей з інвалідністю та інших груп, які мають обмежений доступ до ринку праці, є не тільки соціально важливим, але і відображає глибоке розуміння та відданість соціальній місії [4].

Україна спостерігає зростання кількості соціальних підприємств, і це явище зумовлене рядом факторів. Вони можуть виявляти вплив як прямо, так і опосередковано, але варто враховувати, що деякі з них можуть призводити до незначного негативного впливу.

Основні фактори, які впливають на розвиток соціального підприємства :

- економічна ситуація (відсутність ресурсів у державному бюджеті; фінансування соціальної сфери за залишковим принципом);
- законодавство (відсутність чіткого законодавства, яке регулює діяльність соціального підприємства, створює значні труднощі для розвитку цього сектору);

- наявність людських ресурсів (страх додаткових витрат, що виникає внаслідок розповсюджених стереотипів і необхідності впровадження універсального дизайну та адаптації робочих просторів);
- споруди у власності громади (багато будівель, що належать громаді, насправді залишаються без використання через жахливий стан);
- лояльність споживачів до продукції соціального підприємства (мінімальна кількість споживачів виявляє байдужість до виробника);
- підтримка міжнародними фондами та організаціями (відсутність прямих даних, щодо підтримки соціальних підприємств).

Усі організаційно-правові форми для реалізації соціального підприємництва в Україні розподіляються на кілька категорій:

- неприбуткові організації: громадські організації; благодійні організації; релігійні організації; організації співвласників багатоквартирних будинків (ОСББ); житлово-будівельні кооперативи (ЖБК); сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи та інші неприбуткові організації.
- фізичні особи та суб'єкти господарювання: юридичні особи (загальна система; спрощена система; підприємства та організації, засновані громадськими організаціями інвалідів); фізичні особи підприємці (загальна система; єдиний податок; незалежна професійна діяльність); спільна діяльність.

Ці різні форми надають можливість вибору відповідно до конкретної ситуації та мети соціального підприємництва в Україні [2].

Воєнний стан накладає низку обмежень на підприємницьку діяльність та може призвести до загострення громадських проблем. Підприємства, що спрямовані на вирішення наявних проблем, можуть стикатися зі зростанням потреб та обмеженими ресурсами. Підвищення безробіття, суспільна вразливість і погіршення рівня життя представляють лише кілька викликів, які виникають в умовах воєнного стану.

У таких складних умовах важливою стає роль держави в підтримці та регулюванні розвитку соціального підприємництва. Включаючи фінансову підтримку, спрощення податкового навантаження, надання легальних пільг та інших заходів, спрямованих на збереження та розвиток соціальних підприємств [1].

Забезпечення фінансової підтримки для може здійснюватися через виділення спеціальних грантів, надання кредитів та створення фондів, спрямованих на розвиток соціального підприємництва. Також важливо створити умови для залучення інвестицій в цей сектор, забезпечуючи стабільність та прозорість управління.

Задля ефективного функціонування соціальних підприємств важливо легалізувати та стандартизувати їхню діяльність. Це дозволить зменшити бар'єри для входження нових

учасників на ринок, збільшити довіру інвесторів та споживачів, а також полегшити доступ до фінансових ресурсів [4].

Держава повинна сприяти розвитку освітніх програм, спрямованих на підготовку кадрів для соціального підприємництва. Також важливо підтримувати інновації та дослідження в цьому секторі, щоб сприяти впровадженню нових ідей та підходів до розв'язання соціальних проблем [2].

Соціальне підприємництво в умовах воєнного стану виявляється динамічним та інноваційним інструментом, що дозволяє ефективно вирішувати суспільні виклики. Зростаюча важливість у даному стані свідчить про потребу в активній підтримці та розвитку цього напрямку як частини стратегії сталого соціального та економічного розвитку [4].

Розвивати бізнес під час війни - це завдання надзвичайно складне, викликаючи низку труднощів та ризиків. Однак розбудовувати екосистему для соціального підприємництва в умовах конфлікту - це вже справжній виклик, який вимагає виняткового підходу та рішучості.

У тих випадках, де державні структури не можуть ефективно втручатися, соціальні підприємці мають можливість діяти локально та вирішувати невідкладні соціальні питання.

Спільні зусилля соціальних підприємців можуть стати визначальним чинником у вирішенні не тільки економічних завдань, але і соціальних викликів, які виникають у період воєнного конфлікту. Важливо підтримувати та стимулювати даний вид бізнесу, який, незважаючи на складні обставини, може стати каталізатором позитивних змін для суспільства.

Список використаних джерел:

1. Ачкасова О. В. Розвиток соціального підприємництва в Україні в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. 2022. № 37. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1217/1172>.
2. Босак І. П. Тенденції розвитку соціального підприємництва в Україні. Наукові записки. 2018. № 1. С. 154–160.
3. Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування. Київ : ТОВ «Агентство «Україна», 2017. 92 с.
4. Соціальне підприємництво: парадокс як шлях вперед. URL: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/human-capital/articles/2020-global-human-capital-trends-introduction.html>.

АКТУАЛЬНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Прогонюк Л.Ю.,

к.ю.н., доцент, доцент кафедри публічного управління та адміністрування і міжнародної економіки

Миколаївський національний аграрний університет

Сьогодні українське суспільство переживає низку випробувань воєнного часу, які спричинили розвиток кризових явищ у соціальній, економічній та політичній сферах. За таких умов держава демонструє обмежені можливості на фоні необмеженої кількості

невирішених соціальних проблем. Низький рівень матеріальної забезпеченості, масове безробіття, висока частка незахищених верств населення – все це стає поштовхом до пошуку альтернативних шляхів вирішення соціальних проблем. Одним із інноваційних інструментів вирішення цих питань може стати діяльність соціальних підприємств. Основними напрямками діяльності цього сектору є соціально-економічна інтеграція в суспільне життя соціально незахищених верств населення, подолання безробіття та зубожіння, здійснення соціальних заходів тощо. Однак, на відміну від традиційного бізнесу, соціальне підприємництво є молодим, тому протягом свого розвитку стикається з великою кількістю проблем, таких як відсутність законодавчого визначення та диференціації, бюрократичні перепони, суспільна недовіра та ігнорування, негативний вплив як об'єктивного, так і суб'єктивного позитивного економічних фактори (несприятлива економічна ситуація, інфляція, зростання цін, падіння купівельної спроможності населення, конкуренція з боку традиційного бізнесу, відтік потенційних інвесторів тощо). В умовах воєнного стану посилюється негативний вплив усіх цих факторів, що ще більше ускладнює функціонування та розвиток соціальних підприємств в Україні.

За таких умов для України залишаються актуальними проблемами соціального характеру, які виникли через військові дії, у результаті яких виникло багато соціально незахищених громадян країни (наприклад, внутрішньо переміщенні громадяни). Тому, актуальним є виникнення та розвиток такого напрямку підприємницької діяльності, як соціальне підприємництво, яке на тлі сьогоденних проблем стає новою парадигмою підприємництва. В сучасних умовах питаннями практичного та теоретичного аспектів соціального підприємництва займалась Швець Г.О., описуючи основні його види діяльності за трьома секторам національної економіки: державного, бізнесу та третього сектору [1, с. 243]. Белова М.В., Гусейнова С.З. вели мову про співвідношення соціального підприємництва з соціальною функцією держави. Переконували, що ініціативою соціального підприємництва в будь-якій країні є створення сприятливих умов, вирішення соціальних проблем суспільства, а саме, подолання бідності, захисту прав людини, працевлаштування та підтримка соціально вразливих верств населення [2, с. 158]. Кифяк В.І. відмічав, що у турбулентних умовах суспільних відносин спостерігається перехід до нового рівня господарювання, і постає необхідність у застосуванні новітніх інструментів у державній соціальній політиці. І одним із таких інструментів є соціальне підприємництво [3, с. 275].

Відзначаючи вагомий внесок науковців у дослідження сутності та ролі феномену соціального підприємництва у вітчизняній економіці, слід звернути увагу на те, що на сьогодні внутрішні та зовнішні умови функціонування соціальних підприємств докорінно змінилися внаслідок ведення бойових дій на значній частині території України та зросла кількість глобальних викликів і соціальних проблем, які можуть вирішувати соціальні

підприємства. Тому необхідно дослідити можливості впровадження та розвитку соціального підприємництва в Україні в умовах воєнного стану як одного з ефективних інструментів вирішення гострих соціальних проблем.

За своєю суттю соціальне підприємництво визначається як механізм створення соціальних змін через підприємницьку діяльність. Соціальне підприємство відрізняється від інших підприємств тим, що для соціального підприємства соціальний ефект є прямим цілеспрямованим результатом, а не побічним продуктом діяльності. Генеруючи прибуток, соціальне підприємство спрямовує його, перш за все, на вирішення соціальних проблем, а не на збагачення своїх власників. На сучасному етапі важливо спрямувати зусилля на подолання соціальних проблем, які загострилися під час кризи для України, тому зростає потреба в нестандартних рішеннях та соціальних інноваціях. Під час пошуку шляхів вирішення проблем безробіття серед населення України, особливо серед незахищених верств населення, які найбільше постраждали під час дії воєнного стану та внаслідок бойових дій на території України, слід враховувати соціальне підприємництво як один з ефективних засобів.

Соціальне підприємництво – це діяльність підприємства чи організації, які функціонують з метою отримання прибутку та спрямовують зусилля для виконання соціальної місії в контексті вирішення соціальних проблем. В більшій мірі ця робота є неприбутковою діяльністю, іншими словами, для досягнення соціального ефекту. Соціальне підприємництво характеризується тими самими критеріями, що й для традиційного підприємництва, зокрема, фінансова незалежність, ініціативність, інноваційність, масштабність, ризикований характер. Водночас йому притаманні і специфічні риси: пріоритетність соціальних цілей, реінвестування прибутку в соціальний розвиток, відкритість і прозорість діяльності та публічна звітність. Соціальний підприємець виділяє проблему з якою частина населення змирлася і сприймає як даність, з тих чи інших причин він сам розвиває питання, пропонує новий шлях вирішення проблеми - у вигляді послуги або продукту. Отже, соціальне підприємництво дає можливість часткового та динамічного вирішення гострих проблем суспільства.

Незважаючи на складні умови діяльності більшості установ та організацій України під час воєнного стану, наразі вживаються певні заходи щодо підтримки вітчизняного соціального підприємництва. Так, наприклад, Міжнародний фонд «Відродження» в рамках проекту «EU4USociety» у співпраці з Європейським Союзом проводить конкурс «Краудфандинг для соціального підприємництва», метою якого є зміцнення існуючих соціальних підприємств, популяризація соціального підприємництва та створити позитивну практику залучення коштів громад соціальними підприємствами для створення нових або розширення існуючих соціальних підприємств.

Крім того, Український соціальний венчурний фонд запустив Програму грантів швидкого реагування для соціальних підприємств, спрямовану на підтримку діяльності соціальних підприємств в умовах війни, які потребують трансформації виробництва та зосередження на потребах цивільного населення чи інших осіб, які мають постраждали в минулому від бойових дій і, таким чином, вирішують гострі проблеми різних незахищених соціальних верств населення та продовжують свою діяльність в умовах воєнного стану [4].

Отже, завдяки фінансовій та організаційно-інформаційній підтримці з боку держави та зазначених вище організацій і установ, соціальні підприємці отримують практичну можливість реалізувати свої креативні ідеї та лідерські навички, активізувати громадську діяльність та зробити свій внесок у вирішення багатьох соціальних проблем, які загострилися в умовах воєнного стану в Україні, особливо з питань соціального забезпечення вразливих категорій населення, безробіття та працевлаштування внутрішньо переміщених осіб, співпраці з волонтерськими та благодійними організаціями для збору та розповсюдження гуманітарної допомоги, виробництва необхідних товарів та надання послуг вразливим категоріям населення тощо.

Використана література:

1. Швець Т.О. Соціальне підприємництво: теоретичні та практичні аспекти. Економіка і організація управління, 2020, № 3 (39). С. 243-251.
2. Белова М.В., Гусейнова С.З. Соціальне підприємництво як соціальна функція держави. Аналітично-порівняльне правознавство. 2022, № 5. С. 158-162.
3. Кифяк В.І., Малиш Л.Б. Соціальне підприємництво: проблеми та перспективи. Бізнес інформ. 2020, № 5. С. 275-280.
4. Український соціальний венчурний фонд : веб-сайт. URL: <http://usv.fund/for-sp>

Напрямок 5. Розвиток стартапів у військових зонах: виклики та інновації.

РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ В УМОВАХ ВІЙНИ

Волошинюк В. І.

Здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 Економіка
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

Перевагою малого бізнесу в умовах турбулентного середовища є те, що він може легко та швидко адаптуватися до змін. Турбулентне середовище включає в себе швидкі зміни, нестабільність та невизначеність.

Під час війни бізнес і адміністрація громад продемонстрували готовність та спроможність разом вирішувати соціальні та економічні виклики [1, с.35].

Нами виділено кілька кроків для оцінювання розвитку малого бізнесу в таких умовах.

Аналіз ринку і конкуренції – вивчення динаміки ринку та визначення поточних та результатів конкурентів, аналіз поведінки споживачів та їх змінних потреб, моніторинг тенденцій та інновацій у сфері товарів та послуг.

Складання SWOT-аналізу – визначення сильних та слабких сторін малого бізнесу в умовах турбулентності, аналіз можливостей та загроз, які виявляються у змінному середовищі.

Сценарне планування – розробка різних сценаріїв розвитку малого бізнесу в умовах турбулентності. При цьому слід враховувати інші рівні нестабільності та ймовірність ризику.

Маркетингові дослідження – проведення досліджень для з'ясування, які товари чи послуги вигідні в турбулентних умовах.

Залучення експертів та консультантів – консультація з фахівцями, які мають досвід роботи в турбулентних умовах, використання зовнішнього експертного висновку для прогнозування розвитку малого бізнесу.

Моніторинг та регулярне оновлення стратегій – постійне відстеження ринкових змін та оцінка відповідності стратегії поточній ситуації, готовність до зміни стратегії у разі необхідності.

Робота над стійкістю бізнесу – розробка планів відновлення діяльності малого бізнесу в умовах кризи або негативних змін.

Оцінювання і прогнозування розвитку малого бізнесу в умовах турбулентного середовища вимагає системного підходу та постійного моніторингу. Важливо бути готовим до змін і приймати рішення на основі актуальних даних та аналізу.

Розвиток малого бізнесу в територіальних громадах в умовах війни в Україні є складним завданням, але можливим завдяки належному плануванню, адаптації та підтримці. Нами запропоновано кілька ключових кроків для розвитку малого бізнесу в цих умовах.

Фінансовий менеджмент – зберігайте здорову фінансову структуру та диверсифікуйте джерела фінансування, ретельно контролюйте витрати та розробляйте бюджети.

Залучення підтримки та фінансування – використовуйте доступні фінансові інструменти, такі як дотації, пільги та кредити для підтримки малого бізнесу в умовах війни. Пошук програм підтримки від місцевих чи міжнародних організацій.

Бізнес-захищеність – розробіть план безпеки для малого бізнесу, який включає заходи для захисту від можливих загроз. Забезпечте резервне джерело живлення, комунікації та інфраструктури для надійності операцій.

Адаптація до нових ринкових умов – вивчіть потреби та можливості, які створюються в умовах війни та адаптуйте до них свої товари та послуги. Розгляньте можливість: виходу на нові ринки або виробництво продуктів, які відповідають потребам військового чи гуманітарного сектору.

Кадровий менеджмент – підтримуйте та мотивуйте свій персонал, особливо в умовах стресу та нестабільності, інвестуйте в професійний розвиток свого колективу.

Залучення до соціально відповідальної діяльності – підтримка місцевої громади та соціальної ініціативи може покращити репутацію та створити позитивний рейтинг з клієнтами та споживачами.

Територіальні одиниці повинні бути гнучкими і послідовно адаптуватися до умов розвитку країни [2, С. 354].

Розвиток малого бізнесу в умовах війни вимагає посилення відповідальності та готовності до змін. Важливо зберігати оптимізм та визначати нові можливості навіть в умовах важких викликів.

Список використаних джерел:

1. Підтримка бізнесу в умовах війни: практичні рекомендації для громад URL: https://decentralization.gov.ua/uploads/attachment/document/1225/1_business-support.pdf.
2. Yemets O., Shelenko D., Balaniuk I. Investment environment for the development of amalgamated territorial communities. *Economic Development: Global Trends and National Peculiarities. Collective monograph.* Poland: "Publishing House "Baltija Publishing", 2020. P. 348-362. DOI: 10.30525/978-9934-588-61-7-24.

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ*Герчанівська С.В.**к.е.н., доцент***Відокремлений підрозділ Національного університету біоресурсів і природокористування України «Бережанський агротехнічний інститут»**

Ефективність реалізації будь-яких господарських, виробничих, організаційних, соціальних ініціатив, конкурентоспроможність суб'єктів товарообмінних відносин, а також створеного продукту (послуги) у загальному значенні залежить від підприємництва, підприємницької діяльності. Історично так склалося у світовій практиці й формуванні наукових концепцій пізнання світу, економічного та соціального життя, що організаційні, управлінські і обмінні операції на ринку стають практично упізнавані винятково за опосередкування підприємницькою діяльністю. Підприємництво як форма організації, зокрема механізм господарської взаємодії, практичного втілення та поширення новітніх, інноваційних способів взаємодії продуктивних сил та розвитку виробничих відносин, забезпечує наслідування економічних, соціальних ефектів людством для формування багатства.

Наслідки повномасштабного вторгнення росії в Україну найбільш відчули на собі суб'єкти малого та середнього підприємництва. В ці складні часи вітчизняні підприємства змогли швидко адаптуватися до нових складних та непередбачуваних умов, проявили високу мобільність. Підприємці не дозволили національній економіці опинитися у кризовому становищі.

До основних викликів розвитку підприємництва в умовах воєнного стану можна віднести такі: існування середовища небезпеки, що ускладнило роботу бізнесу; зміни у законодавстві та державній політиці, зокрема, запровадження урядом певних обмежень на рух товарів і послуг; економічна нестабільність, що призвела до зниження довіри споживачів, купівельної спроможності та загального уповільнення економічної активності; значні перешкоди для входу на територію нових малих і середніх підприємств, що ускладнило їм конкуренцію з більшими, більш відомими підприємствами.

Уряд України здійснює значні зусилля у напрямку підтримки підприємництва в умовах сьогодення: зниження ставки ПДВ, скорочення податків, скасування ввізного мита, запровадження програми для малого підприємництва «Низькі податки», «Кредитування під 0 %», «Підтримка аграріїв» тощо [1].

Слід зазначити, що основними та найбільш пріоритетними інструментами розвитку економіки в умовах воєнного стану є розробка заходів щодо стабілізації бізнес-клімату та реформування системи державного регулювання підприємницької діяльності. Проблема необхідності стимулювання та забезпечення подальшого розвитку підприємництва актуальна

сьогодні в Україні на усіх рівнях: державному, регіональному та безпосередньо у сфері самого бізнесу. Вирішення цієї проблеми відкриває можливості для прискорення процесу відновлення та модернізації економіки й переведення її на інноваційний шлях розвитку, базується на знаходженні найбільш ефективних моделей підтримки підприємств будь-яких розмірів у сучасних реаліях.

Отже, на рівні держави потрібно продовжувати здійснювати підтримку суб'єктів підприємництва, зокрема шляхом створення відповідної правової бази, фінансово-кредитної та матеріально-технічної підтримки, науково-методичного, інформаційно-консультативного та кадрового забезпечення. Також важливим є створення рівних можливостей для доступу суб'єктів малого, середнього та великого підприємництва до запроваджених Урядом програм підтримки й стимулювання бізнесу під час дії воєнного часу; моніторинг ефективності використання бюджетних коштів, передбачених для виконання зазначених програм; відкритість і прозорість проведення процедур надання державної підтримки. Лише злагодженість державної політики та стійкість внутрішніх систем економічної безпеки підприємств дозволить досягти безпекового синергізму у контексті ефективного реагування на оперативні виклики та загрози, мінімізуючи втрати як національної економічної системи загалом, так і окремих підприємств зокрема.

Список використаних джерел

1. Бортнік С. Функціонування малого і середнього підприємництва в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. *Економіка та суспільство*. 2022. № 36. URL : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-46>
2. Лойко В. В., Александров Б. В. Підтримка та розвиток малого та середнього бізнесу в Україні в умовах війни. *European scientific journal of Economic and Financial innovation*. 2023. № 1 (11). С. 228-237.
3. Мельник Т. Ю. Державна підтримка та стимулювання розвитку бізнесу в Україні під час дії воєнного стану. *Економіка, управління та адміністрування*. 2022. № 2 (100). С. 3-11.

АДАПТАЦІЯ ДОСВІДУ ПРОГРАМИ “ЙОЗМА” ЯК КЛЮЧОВА ПЕРЕДУМОВА РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ В ПЕРІОД ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ

*Малишівський Т.В.,
аспірант*

Стефінін В.В.,

*к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника*

Повномасштабне військове вторгнення росії на територію України спричинило значний негативний вплив на економіку країни. Окупація територій, руйнування виробничої, логістичної та соціальної інфраструктури, ракетні удари по енергетичній сфері, крадіжка зерна та інших ресурсів, та щонайболішче - масові вбивства та депортація українців спричинили рекордні втрати для української економіки, серед яких падіння ВВП за підсумком 2022 року у розмірі 29,1% є тільки вершиною айсбергу [2].

Проте, довоєнний розвиток економіки також не характеризувався вибуховим зростанням чи підвищенням конкурентоздатності. Протягом останніх 15 років спостерігалось стійке падіння рівня конкурентоздатності України на глобальних ринках, що супроводжувалось зростанням частки сировинної складової економіки в експортному кошику [3].

Відповідно, повоєнне відновлення української економіки повинне бути спрямованим не тільки на відбудову наявних потужностей, але й на докорінну зміну структури економіки, підвищення її потенціалу до генерування високого рівня доходу.

Важливою складовою забезпечення ефективного процесу відбудови є вивчення досвіду економічних див інших країн світу, та адаптація їх підходів щодо застосування в межах національної економіки.

Важливою проблемою в Україні є відсутність необхідних для модернізації об'ємів прямих іноземних інвестицій, зокрема мова йде і про венчурні інвестиції. Зокрема, за нашими оцінками, в Україні немає достатньої кількості венчурних інвестиційних фондів, які готові надавати необхідне інвестування стартапам та іншим високо-ризиковим проектам. Тобто, такі фонди існують, але об'єми їхнього фінансування недостатні для забезпечення попиту на фінансування.

Стартапи у XXI столітті – це своєрідний мейнстрім, за яким визначається рівень розвитку тієї чи іншої країни. Адже, наявність значної кількості стартапів в економіці свідчить про її інноваційність та здатність до вибухового зростання. Прикладом такої економіки є Ізраїль – держава, що у світовому співтоваристві носить титул «країна-стартапів». І такий титул даній країні був присвоєний не дарма. Адже, за кількістю стартапів, які відкриваються щорічно, а також за величиною венчурних інвестицій на душу населення Ізраїль займає передове місце серед країн світу [4].

Враховуючи ситуацію на фронті, необхідність військового технологічного прориву, саме розвиток стартапів може стати одним із рушіїв як зміни ситуації на полі бою, так і запорукою майбутнього економічного зростання.

На початку 1990-х років в Ізраїлі була схожа проблема, що і в Україні – недостатні об'єми внутрішнього венчурного капіталу, яких потребувала зростаюча галузь стартапів. Оскільки, вихід на зовнішні ринки залучення таких ресурсів був досить важким (Ізраїль – країна, яка досить часто перебувала у центрі військових конфліктів на Близькому Сході та не сприймалася іноземними інвесторами як проривна країна), ізраїльський уряд вирішив компенсувати недостачу приватного фінансування шляхом державних інвестицій. Так, в Ізраїлі компанія-стартап могла отримати два види грантів, які фінансувалися двома урядовими структурами: «Офіс головного науковця» та «Міждержавної фундації індустріальних досліджень та розробок». Проте, дані програми не були надто успішними.

Основна проблема таких програм – це обмежене та лімітоване фінансування. Досить часто, якщо стартап не зміг знайти додаткових джерел інвестування, то він зазнавав невдачі, адже скромних коштів державних фондів не вистачало на забезпечення функціонування компанії до моменту виходу на стадію самоокупності [1].

У зв'язку і такою тенденцією, у 1993 році в Ізраїлі вирішили змінити підхід до фінансування стартапів та запустили в дію програму «Йозма».

Суть програми надзвичайно проста: уряд інвестував 100 мільйонів доларів у створення десяти нових фондів венчурного капіталу. У кожному фонді повинно було бути представлено три сторони – ізраїльські венчурні капіталісти, закордонна венчурна фірма, ізраїльська інвестиційна компанія або банк. Співфінансування відбувалося у розмірах 2:1, тобто якщо приватні партнери збирали суму для інвестування у розмірі 16 млн. дол., то тоді фонд отримував від держави 8 млн. дол. Що цікаво, уряд резервував за собою 40% статутного капіталу підприємства. Якщо ж справи в компанії йшли добре, то тоді приватні партнери мали можливість викупити цю частку в уряду зі знижкою. Таким чином, уряд брав на себе значну частку ризику, якщо стартап не виходив на рівень прибутковості [1].

Історія свідчить, що такий підхід в Ізраїлі спрацював. Десять фондів «Йозми», створених у 1992-1997 роках, за допомогою урядового фінансування зібрали трохи більше ніж 200 млн. дол. Ці фонди було викуплено чи приватизовано протягом п'яти років, і сьогодні під їхнім управлінням перебуває майже 3 мільярди доларів [5].

Успіх «Йозми» набув світового масштабу, і деякі світові країни скопіювали його.

Зокрема, у 2008 році Ірландія запустила «інноваційний фонд» обсягом 500 млн. євро, мета якого залучити співфінансування від закордонних венчурних капіталістів.

Тобто, беручи на себе частку ризиків та даючи частку фінансування, держава створює абсолютні переваги для закордонних венчурних інвесторів, які вкладають кошти в країну у формі прямих іноземних інвестицій та, що мабуть навіть більш важливіше, ніж фінансування – це те, що такі інвестори допомагають компаніям розвиватися, виходити на нові ринки та дають доступ до нових технологій. Іншими словами, такі інвестори розвивають внутрішній підприємницький потенціал країни, генеруючи та формуючи нову плеяду підприємців, тим самим даючи поштовх до економічного зростання країни у майбутньому.

Саме тому, ми вважаємо, що впровадження схожої програми в Україні на зразок ізраїльської «Йозми» може справді створити умови для розвитку стартап індустрії в Україні та сформує передумови для структурних змін у структурі економіки.

Список використаних джерел:

1. Ден Сенор, Сол Сингер. Країна стартапів. Історія ізраїльського економічного дива. Київ: Yakaboo Publishing, 2016. 368 с.
2. Коментар Національного банку щодо зміни реального ВВП у 2022 році [Електронний ресурс]. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/komentar-natsionalnogo-banku-schodo-zmini-realnogo-vvp-u-2022-rotsi>

3. Малишівський Т.В., Сологуб С.І. Необхідність зміни підходів щодо залучення інвестицій в Україну у поствоєнний період. Управління економічними процесами на макро- і мікрорівні: проблеми та перспективи вирішення: матеріали V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції молодих учених, 25-26 травня 2022 р. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. 155 с. URL: <https://science.lpnu.ua/ntsa-2022>
4. Малишівський Т. В., Стефінін В. В. Залучення іноземного капіталу як чинник забезпечення економічного зростання країни. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України: зб. наук. пр., 2020. Вип. 5(145). С. 34-41. DOI: <https://doi.org/10.36818/2071-4653-2020-5-7>.
5. Benjamin F. Jones, Benjamin A. Olken. The Anatomy of Start-Stop Growth. The Review of Economics and Statistics. MIT Press, 2008. Vol. 90(3). Pages 582-587.

Напрямок 6. Внесок бізнесу в розвиток громад: соціальна відповідальність та благодійність.

СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ У ВИРІШЕННІ ПРОБЛЕМ ГРОМАД

Беженар І.М.

*к.е.н., старший науковий співробітник
відділу підприємництва, кооперації та агропромислової інтеграції
ННЦ «Інститут аграрної економіки»*

Сільський зелений туризм має свої особливості, серед яких ключовим фактором є те, що туристичні послуги надаються особами, які мають інший основний фах, такий як сільськогосподарські робітники і власники ферм, працівники сфери обслуговування чи навіть вчителі. Ці особи вміло поєднують свої основні заняття з наданням туристичних послуг у сільській місцевості. Такий підхід дозволяє створити унікальний та аутентичний туристичний досвід, який відрізняється від традиційного масового туризму та надає можливість гостям насолодитися природою, атмосферою та культурою сільського життя, вивчати традиції, а також сприяє збереженню екологічно чистого середовища сільських територій.

Селянин-фермер, який займається сільським туризмом, має широкі можливості для організації різноманітних видів відпочинку та розваг для відвідувачів. Зокрема, він може створити активний туризм, який включатиме спортивні майданчики, велосипедні маршрути, кінні прогулянки та інші активні види діяльності. Крім того, екотуризм також може бути частиною пропозицій, забезпечуючи відвідувачів екологічно чистим відпочинком та можливістю споживати місцеві органічні продукти. Також можливі організація мисливського туризму, культурно-етнічні екскурсії, і інші форми розваг та освітніх заходів, спрямованих на пізнання історії та культури регіону.

Сільський зелений туризм включає в себе створення туристичних об'єктів у сільських районах з мало порушеною природою, забезпечуючи відпочинок і можливість дізнатися про природні особливості місцевості. Такий вид туризму сприяє підтримці екологічного балансу та стимулює розвиток сільських громад, як уже зазначалося. Це також може передбачати відвідування етнічних спільнот (наприклад роми) та ознайомлення з їхнім життям, культурою та релігійними традиціями, а також участь у сільській праці і використання сільськогосподарських продуктів місцевого походження (агротуризм).

Сільський зелений туризм є важливим культурним фактором у сільських районах, оскільки він сприяє підтримці та відновленню місцевих і регіональних історичних пам'яток. Це заохочує місцеві громади зберігати і пропагувати свою культуру серед туристів, що сприяє зростанню популярності туристичної відвідуваності місцевості та сприяє економічному розвитку села.

Експерсії на ферми, які спеціалізуються на утриманні тварин, та відкриті уроки з організацій фермерських господарств стають дедалі популярнішими як серед місцевих, так і серед іноземних туристів.

На даний момент в Україні відповідно до позитивного світового досвіду також активно розвиваються тури вихідного дня, що надають можливість відвідувачам поближче познайомитися з сільським способом життя, насолодитися органічними стравами та продуктами, а також взяти участь у майстер-класах з виготовлення виробів ручної роботи. Наприклад, експерсії на полонини та участь у традиційних урочистостях додають нові враження та незабутні спогади від відпочинку в сільських місцевостях. [1, с. 174].

Вплив зеленого туризму на розвиток сільських територій є значущим і відчутним, що доведено міжнародним досвідом. Ось згруповано деякі ключові аспекти впливу:

економічний розвиток: розвиток сільського зеленого туризму створює нові можливості для заробітку місцевих жителів, сприяючи розвитку малих підприємств, таких як готелі, ресторани, сувенірні магазини та транспортні служби. Це створює нові робочі місця та сприяє підвищенню доходів сільського населення.

збереження традицій та культури: сільський зелений туризм сприяє збереженню традицій, культури та місцевих звичаїв сільських громад. Місцеві жителі залучаються до організації туристичних послуг, що дозволяє їм показати свою культуру та традиції туристам і зберегти їх на майбутнє.

розвиток інфраструктури: розвиток сільського зеленого туризму спонукає до покращенню інфраструктури сільських територій. Побудова нових готелів, ресторанів, доріг, екологічних маршрутів та іншої туристичної інфраструктури сприяє покращенню комфорту для туристів і місцевого населення.

стале використання природних ресурсів: сільський зелений туризм спонукає до сталого використання природних ресурсів, оскільки залежність від екологічно чистих природних ландшафтів та рекреаційних зон підтримує їх збереження та охорону.

стимулювання розвитку малих підприємств: сільський зелений туризм сприяє розвитку малого підприємництва в сільських громадах, що допомагає створенню різноманітних сільськогосподарських, ремісничих та інших малих підприємств, які можуть надавати товари та послуги для туристів [2; 3].

стимулювання збереження природи: зелений туризм спонукає до збереження природних ландшафтів та біорізноманіття, що допомагає зберегти екологічний баланс та зберегти природні ресурси для майбутніх поколінь.

Сучасний стан сільського зеленого туризму в Україні характеризується низкою проблем, які впливають на його повний розвиток. Серед найважливіших проблем можна виділити недосконалу законодавчу базу, яка ускладнює розуміння правових аспектів та

створює невизначеність для учасників цього ринку. Крім того, низький рівень розвитку інфраструктури у сільських районах та відсутність відповідних послуг можуть обмежувати можливості для залучення туристів [4].

Якщо розглянути регіони України, особливу увагу привертає Карпатський регіон. Карпатський регіон України відомий своєю розмаїтістю природної краси та екологічно чистого середовища. Цей регіон приваблює туристів з усього світу своїми панорамними горами, живописними лісами, чистими річками та озерами. Багатогранні можливості для активного відпочинку, включаючи гірські походи, лижний спорт, екотуризм та спостереження за дикою природою, роблять Карпати привабливим напрямком для любителів пригод та природи. Також у цьому регіоні розташовані культурно-історичні пам'ятки та збереглися унікальні народні звичаї, які варто дослідити [5].

Гірські місцевості Карпат здавна відігравали важливу роль у житті населення, що там проживає. Незважаючи на труднощі, пов'язані з гірськими умовами, місцеві жителі докладають зусиль для підтримання традиційних видів господарювання та забезпечення своєї родини. Проте відсутність широкомасштабних заходів у розвитку гірських районів призвела до виникнення соціально-економічних проблем.

Для забезпечення сталого розвитку Карпатського регіону важливо враховувати його унікальні природні ресурси та культурне надбання. Розвиток туризму може стати одним з ключових чинників економічного оживлення гірських районів, сприяючи залученню інвестицій та створенню нових робочих місць. Відповідальне та узгоджене вирішення проблем депресивних районів у Карпатах може допомогти забезпечити стійкий розвиток та підвищити якість життя місцевих громад. [6;7]. Збереження екологічної рівноваги у Карпатах вимагає вдумливого підходу до розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури. Необхідно розробити стратегію, що передбачатиме раціональне використання рекреаційних зон, обмеження чисельності відвідувачів та встановлення екологічних стандартів для туристичних об'єктів.

Проведення наукових досліджень та аналіз екологічних наслідків туризму допоможуть визначити оптимальні рішення для збереження найцінніших природних ресурсів Карпат. Спільна робота управлінських структур, наукових установ та громадських організацій дозволить створити ефективну систему контролю за дотриманням екологічних норм та забезпечити стале та відповідальне використання природних ресурсів регіону.

Враховуючи особливості та найцікавіші аспекти організації сільського зеленого туризму в Карпатському регіоні, можна виділити наступні ключові напрямки: природознавчий туризм – споглядання неперевершеної природи Карпат; фольклоризм, який надає можливість активно брати участь у традиційних народних обрядах та святкуваннях, дозволяючи отримати глибше розуміння місцевої культури; кінний туризм, що додає

атмосфери старовинності; водний туризм, зокрема рафтинг на гірських річках, є захоплюючим видом активного відпочинку, який дозволяє насолодитися мальовничими краєвидами та екстремальними враженнями; винний дегустаційний туризм дає можливість насолодитися унікальними смаками місцевих вин, заснованих на столітніх традиціях виноробства; історико-етнографічний туризм відкриває унікальну історію та культуру Карпатського регіону, занурюючи відвідувачів у життя і традиції місцевих жителів; велотуризм, що користується популярністю серед любителів активного відпочинку, дозволяє досліджувати красу Карпатських гір на велосипеді, слідуючи міжнародним веломаршрутам.

Розвиток туристичної діяльності та продаж екологічно чистої продукції, наприклад вівчарства мають бути орієнтовані на збереження навколишнього середовища. Ефективно спроектовані програми розвитку туризму та інформаційні пункти мають направляти туристів до місць, де вони можуть спокійно насолоджуватися природою, одночасно захищаючи крихку екосистему від негативного впливу. Розвиток зеленого туризму та пропозицій місцевої вівчарської продукції є необхідністю для даного регіону.

Список використаних джерел:

1. Ткачук В.І. Диверсифікація аграрного підприємництва: монографія. Житомир: ЖНАЕУ. 2011. 268 с.
2. Boiko V. Green Tourism as a Perspective Direction for Rural Entrepreneurship Development. In Scientific Approaches to Modernizing the Economic System: Vector of Development: Collective Monograph. Edited by Viktoriia Boiko, Natalia Verkhoglyadova, Olena Volska and Viktoriia Hranovska. Lviv-Toruń: Liha-Press, 2020. pp. 1–18.
3. Romanenko Y., Boiko V., Shevchuk S., Barabanova V., Karpinska N. Rural development by stimulating agrotourism activities. *International Journal of Management*, 2020. vol. 11, is. 4, pp. 605–613. URL: <https://doi.org/10.34218/IJM.11.4.2020.058>
4. Бойко В.О. Сільський зелений туризм в Україні: проблеми та перспективи. *Агросвіт*. 2020. № 22. С. 58–65. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.22.58 http://www.agrosvit.info/pdf/22_2020/10.pdf
5. Рутинський М. Й. Географія туризму України: Навч.-метод. посіб. – 2-ге вид., перероб. і доп. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 160 с.
6. Карпатський рекреаційний комплекс. К: Наук. думка, 1984. 148 с.
7. Кузик С.П., Касянчук З.О. Оцінка туристичної придатності території Карпат/ Карпати. Український міст в Європу: проблеми і перспективи: Тез. доп. Міжнар. наук.-практ. конф. Львів, 1993. С. 100-103.

ЗНАЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ГРОМАД

Герасимів З. М.

*Спеціальність 242 «Туризм і рекреація», ОПП «Туризм»
к. геогр. н., доцент, доцент кафедри гуманітарної освіти і туризму
ВП НУБіП України «Бережанський агротехнічний інститут»*

Розвиток туристичного бізнесу в умовах війни є вкрай необхідним, оскільки він забезпечує значні податкові надходження до бюджету, створює робочі місця, сприяє розбудові інфраструктури, позитивно впливає на інші галузі економіки. Багато туристичних фірм в час війни змушені припинити свою діяльність або переміститись у більш безпечні західні та центральні регіони країни. Виробники туристичних послуг перепрофілювали свою роботу із врахуванням безпекової ситуації та у відповідь на зміну запитів споживачів. Вони займаються волонтерством, тимчасовим розміщенням внутрішньо переміщених осіб,

допомагають військовим, забезпечують реабілітацію, спрямовують свою роботу на розвиток медичного, оздоровчого, рекреаційного туризму.

Туристична діяльність сьогодні розвивається в умовах викликів та загроз. Через припинення авіаційного сполучення, загрозу життю та здоров'ю іноземні туристи сьогодні не відвідують Україну. Руйнування інфраструктури, необхідність дотримання вимог та правил здійснення туристичної діяльності в період війни також створює додаткові перешкоди для розвитку туристичного бізнесу. Однак сьогодні необхідно вжити необхідних заходів для підтримки туристичної галузі, оскільки вона забезпечує надходження до бюджетів територіальних громад, сприяє розвитку сільської місцевості, а після війни може стати важливим джерелом грошових надходжень для відбудови та розвитку економіки нашої країни.

Державне агентство з розвитку туризму підрахувало, що за перше півріччя 2023 року ОТГ у свої бюджети отримали понад 85 млн грн туристичного збору. Туристичний збір в Україні за перші шість місяців зріс майже на чверть в порівнянні з аналогічним періодом у ковідному 2021 році – 85 млн 471 тис. грн проти 69 млн 453 тис. грн. У минулому році загальна сума турзбору по регіонах за перше півріччя склала майже 89 млн грн. До п'ятірки лідерів за сплатою туристичного збору увійшли Київ, Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська та Дніпропетровська області. Падіння туристичного збору зафіксовано в п'ятнадцяти областях, найбільше в Луганській (100 %), Херсонській (98 %), Донецькій (91 %) та Миколаївській (72 %) областях [2].

Для ефективної діяльності туристичного бізнесу необхідно забезпечити налагоджену співпрацю між органами самоврядування, представниками туристичних фірм та громадами, що дасть змогу розробити ефективний механізм розвитку туризму в умовах війни.

Немає сумнівів, що український туризм після війни отримає новий шанс для розвитку, туристи повернуться як тільки стане абсолютно безпечно. Інтерес до таких міст, як Буча, Ірпінь, Бородянка та Маріуполь зросте, стануть популярними нові види туризму [1].

На державному рівні необхідно розробити комплекс заходів для підтримки сфери туризму та повоєнного відновлення галузі:

- залучити кошти шляхом розробки та реалізації інвестиційних проєктів;
- стимулювати виробників туристичного продукту до підвищення його якості, відповідності міжнародним стандартам та підвищення конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках;
- сприяти реалізації туристичного потенціалу територіальних громад шляхом популяризації туристичних магнітів кожного регіону;
- залучити пільгові кредити для розвитку туристичного бізнесу;

- підтримувати інноваційні проєкти з широким використанням інформаційних технологій;
- забезпечити податкові пільги для новостворених підприємств;
- приділити увагу підготовці фахівців у сфері туризму;
- обґрунтувати пріоритетні напрями відновлення туризму в Україні;
- розробити стратегії розвитку туризму для кожного регіону у складі державної стратегії розвитку туризму.

Важливу увагу слід приділити галузям, що мають достатній розвиток, аби конкурувати із зарубіжними. Гірськолижні курорти в Україні не гірші ніж у Словаччині чи Австрії, але при цьому дешевші. Необхідне брендування України як країни з багатьма середньовічними замками. Для любителів міської культури необхідно рекламувати Київ, який може бути цікавий як місто муралів всесвітньо відомих авторів. Львів має стати візитівкою початку подорожі Україною. Карпати та Закарпаття – цікаві місця для любителів екотуризму, ремісничих турів та екскурсій унікальними виноградниками [1].

Аналіз чинників внутрішнього та зовнішнього середовища дасть змогу виважено підійти до забезпечення повоєнного відновлення туристичного бізнесу, сприятиме розробці та реалізації ефективної стратегії розвитку туризму, дозволить вивести туризм в Україні на якісно новий рівень.

Список використаних джерел:

1. Васильєва О. О. Домашенко С. В., Каптюх Т. В. Перспективи розвитку туристичної галузі України у післявоєнний період. *Інфраструктура ринку*. 2023. Вип. 72. С. 185 – 191.
2. Державне агентство з розвитку туризму. Вебсайт. URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення 11.11.2023).

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ЕКОНОМІЦІ

Григорів Ольга Орестівна,
к.е.н., доцент кафедри фінансів

Скидан Марія Федорівна,
здобувач вищої освіти ОС «бакалавр» спеціальності «Облік і оподаткування»

Дідушко Марія Іванівна,
здобувач вищої освіти ОС «бакалавр» спеціальності «Облік і оподаткування»

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника.

Інформаційні технології відіграють важливу роль в економіці. Сьогодні часто вживається поняття "віртуальна" або "інформаційна економіка", оскільки ІТ і економіка взаємопов'язані галузі, які разом приносять позитивні результати і підвищують виробничий ефект. Ця тема стає все більш актуальною і важливою в суспільстві, де наука і технології стрімко розвиваються і змінюють наше розуміння світу й можливості. Їх використання дозволяє вирішувати складні завдання, які раніше здавалися неможливими.

Сучасні інформаційні технології у сфері економіки застосовуються для швидкої та ефективної обробки великих обсягів даних за допомогою алгоритмів, забезпечуючи їх збереження і передачу в будь-яку точку світу в найкоротші строки. Інформаційна економіка перетворила роль грошей, які тепер використовуються як засіб розрахунків, що відіграють вагомую роль у економічній діяльності країни.

ІТ у сфері економіки охоплює комплекс дій з обробки економічної інформації, включаючи сортування та аналіз даних, взаємодію з обчислювальною технікою, задоволення інформаційних потреб та оперативне управління. Моделі ІТ допомагають прогнозувати економічні результати та приймати управлінські рішення, а також визначати сукупний ефект, ризику та гнучкість показників системи [1].

Інформаційні технології відіграють стратегічну роль для суб'єктів господарювання, які виходять за межі звичайної підтримки, створюючи цінність для бізнесу через технологічні інновації та цифрові ініціативи. Проте дослідження McKinsey у сфері бізнес-технологій вказує на проблеми продуктивності, з якими зіштовхуються ІТ-організації, як у традиційних ІТ, так і в областях, які будуть критичними у майбутньому [2].

Комп'ютерно-інформаційні технології (КІТ) надають засоби для візуального представлення результатів математичного моделювання. Це графічні інструменти, які допомагають дослідникам краще розуміти складність вивчених явищ і робити наукові висновки, спираючись на візуальні дані. Відображення даних графічними засобами дозволяє наочно представити складні математичні концепції та допомагає дослідникам зробити обґрунтовані висновки на основі цих даних. Інструменти комп'ютерно-інформаційних технологій, такі як суперкомп'ютери, хмарні обчислення та штучний інтелект, дозволяють вченим робити більш складні обчислення, створювати нові методи аналізу даних і вирішувати різноманітні завдання.

Використання геоінформаційних систем (ГІС) у сільському господарстві обумовлене можливістю швидкого збору та аналізу даних про поля. Ці дані надходять з різних джерел, таких як прилади на полях, дрони та супутники. Інформація, яку забезпечують ГІС, допомагає вирішувати різноманітні задачі у сільському господарстві, включаючи точне землеробство, прогнозування врожайності, моніторинг тваринного виробництва та їх переміщення. Використання ГІС-технологій в агропромисловому секторі допомагає збільшити короткостроковий прибуток і досягати довгострокових цілей сталого розвитку [3].

ГІС-технології дозволяють створювати докладні карти вегетації та продуктивності полів, сприяючи оптимізації управлінських рішень у сільському господарстві. В агрономії вони дозволяють оцінювати стан рослинності на всьому полі або в конкретних зонах. Отримана за допомогою ГІС-технологій інформація використовується для налаштування оптимальних параметрів внесення насіння, поживних речовин, гербіцидів та добрив.

Використання ГІС-технологій у сільському господарстві дозволяє визначати, які саме рослини на полі потребують особливої уваги. Наприклад, за допомогою датчиків, встановлених на супутниках та літаках, можна відстежувати температурні зміни в сільськогосподарських культурах. Виявлення аномально високих температур може свідчити про наявність хвороб, шкідників або зневоднення рослин.

ГІС-технології також можуть бути використані для відстеження переміщення тварин. Завдяки цим інструментам фермери можуть контролювати пасовища для худоби та відстежувати здоров'я, розвиток та харчування тварин. Для ефективного використання такої системи необхідно мати трекери, встановлені на тваринах, та портативний пристрій, що збирає та відображає дані з цих трекерів [3].

Отже, застосування комп'ютерно-інформаційних технологій (КІТ) в економіці має величезний вплив на підвищення ефективності та результативності різних секторів господарства. Ці технології дозволяють ефективно обробляти великі обсяги даних, забезпечують точність у прийнятті управлінських рішень, покращують взаємодію між суб'єктами господарювання та споживачами, сприяють вдосконаленню процесів управління, маркетингу, фінансів та логістики. Вони також допомагають підвищувати рівень інноваційності, сприяючи розвитку нових бізнес-моделей та підвищенню конкурентоспроможності. Використання КІТ у економіці дозволяє суб'єктам господарювання адаптуватися до швидкозмінного середовища, підвищувати продуктивність та розвивати інноваційні стратегії для досягнення стабільного росту й успіху.

Список використаних джерел:

1. Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2020/2_2020/41.pdf
2. Основні тенденції розвитку цифрової економіки в Україні та світі. http://pev.kpu.zp.ua/journals/2021/1_24_ukr/42.pdf
3. ГІС-технології в сільському господарстві та їх переваги. <https://eos.com/uk/blog/his-tekhnologii-v-silskomu-hospodarstvi/>

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ВІЙНИ

*Довганюк Н.П.,
магістрантка*

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Сьогодні суспільство звертається до підприємництва, щоб не лише отримувати високо ефективну та якісну продукцію, а й для виконання завдань, які донедавна були обов'язком держави або інших соціальних інституцій.

Таким чином формується багатогранна мета компанії, яка не обмежується максимізацією прибутку чи задоволенням амбіцій і потреб акціонерів. А мета, яка вимагає

від власників, менеджерів або підприємців ширшого погляду на зобов'язання перед суб'єктами діяльності, тобто корпоративна соціальна відповідальність.

Сучасні програми корпоративної соціальної відповідальності беруть свій початок з концепції корпоративної філантропії, розробленої та опублікованої Е. Карнегі в книзі «Євангеліє багатства». Він закликав заможних людей підтримувати соціальні ініціативи. Представники бізнесу інвестують у благодійність з початку 1940-х років, окремо від власників та акціонерів. Г. Боуен, американський економіст, вважається батьком корпоративної соціальної відповідальності. Він пов'язав відповідальність корпорацій перед суспільством у своїй книзі «Соціальна відповідальність бізнесмена». Корпоративна соціальна відповідальність набула поширення в США, де в 1970-х роках Комітет економічного розвитку проголосив концепцію «суспільного договору» між бізнесом і суспільством.

У науковій літературі корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) розглядають як просування практик відповідального бізнесу, які приносять користь бізнесу і суспільству і сприяють соціальному, економічному і екологічно стійкому розвитку шляхом максимізації позитивного впливу бізнесу на суспільство і мінімізації негативного [3]. За останнє десятиліття ідея про те, що бізнес зобов'язаний робити внесок у покращення життя суспільства, значно поширилася. Ця відповідальність зараз є пріоритетом для компаній усіх розмірів та галузей.

Від початку російсько-української війни 24 лютого 2022 року корпоративна соціальна відповідальність використовується різними транснаціональними корпораціями для подолання її наслідків. Концепція корпоративної соціальної відповідальності є широкою за своєю суттю і може реалізовуватися різними способами, залежно від виду бізнесу та сектору, в якому він працює. Організації можуть приносити користь суспільству, одночасно підвищуючи вартість бренду, включаючи в себе такі види діяльності, як: благодійність та волонтерська робота. Навіть контрагенти налагоджуючи бізнес відносини беруть до уваги рівень корпоративної соціальної відповідальності бренду чи компанії [1].

Проблеми побудови ефективної моделі корпоративної соціальної відповідальності торкнулися всього світу, в тому числі і України. В Україні вітчизняні, іноземні та спільні підприємства надають благодійну допомогу в рамках програм корпоративної соціальної відповідальності. Це надання товарів першої необхідності вразливим верствам населення, медична та юридична підтримка, автономне виробництво енергії, відновлення комунальних послуг, укриття під час авіанальотів, евакуація цивільного населення, підтримка внутрішньо переміщених осіб, захист тварин, проведення онлайн-тренінгів, розвиток корпоративного волонтерства, пом'якшення екологічних наслідків воєнних дій. Конфлікт в Україні спричинив значний приплив мігрантів та біженців до інших країн, що вплинуло на набір

персоналу, благодійність та соціальну підтримку компаній у рамках їхніх програм корпоративної соціальної відповідальності. Українські підприємства повинні вирішувати низку питань:

- зайнятості;
- соціального захисту;
- екологічних наслідків військових дій.

Також, вітчизняні підприємства стикнулися з проблемами внутрішньо переміщених осіб (ВПО). Сюди відноситься відсутність зайнятості в більшості ВПО через неможливість релокації виробничих ресурсів та компенсацій, які необхідно надавати працівникам для задоволення базових екзистенційних проблем. Все це заходи, які можна віднести до корпоративної соціальної відповідальності і які, потребують створення уніфікованої стратегії для їх реалізації. Успіх програм корпоративної соціальної відповідальності в умовах війни тісно пов'язаний з волонтерськими рухами на підприємствах. Тільки за 2022 рік кількість суб'єктів волонтерської діяльності у вигляді благодійних організацій зросла більш, ніж у 8 разів, приблизно на 6 тис. нових суб'єктів господарювання.

Понад 300 компаній, з яких близько 200 - національні, 80 – міжнародні реалізували програми корпоративної соціальної відповідальності впродовж війни. Серед них: 124 малі та середні компанії, 189 великих компаній та 1 бізнес-асоціація [2].

У 2023 році корпоративна соціальна відповідальність набуває все більшого значення для компаній, оскільки споживачі, працівники та інвестори вимагають етичних та сталих бізнес-практик.

Багато компаній сприймають корпоративну соціальну відповідальність як важливий компонент своєї загальної бізнес-стратегії та вживають заходів для інтеграції сталих та етичних практик в усі аспекти своєї діяльності.

Компанії стикаються з низкою викликів у процесі реалізації стратегії корпоративної соціальної відповідальності, а саме: посилення регуляторного тиску, необхідність балансувати між сталим розвитком та прибутковістю, а також розширення взаємодії із зацікавленими особами.

Корпоративна соціальна відповідальність є і буде ключовим аспектом ведення бізнесу, компанії стикаються зі зростаючим запитом споживачів щодо принципів сталого розвитку та використання етичних практик.

Підприємства, які впроваджують стратегії корпоративної соціальної відповідальності, формують унікальну торгову пропозицію та створюють конкурентну перевагу, що полягає в формуванні довгострокової цінності компанії.

Список використаних джерел:

1. Asemah-Ibrahim M. O., Nwaoboli E. P., Asemah E. S. Corporate Social Responsibility in War Ridden-Zones of Russia-Ukraine from February to July 2022. *GVU Journal of Communication Studies*. 2022. Vol. 5. P. 1–14.
2. CSR Ukraine. URL: <https://csr-ukraine.org> (дата звернення: 10.11.2023).
3. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. Київ : Стандарт, 2005. 285 с.

ІНТЕГРАЦІЯ ЕЛЕМЕНТІВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ПОСЛУГАХ ДЛЯ ПІДТРИМКИ МІСЦЕВОЇ КУЛЬТУРИ ТА СПАДЩИНИ

Кормишкін Ю.А.,

*д.е.н. професор, професор кафедри публічного управління та адміністрування і міжнародної економіки,
Москаль І.В.,
аспірант*

Миколаївський національний аграрний університет

Актуальність теми полягає в необхідності бізнесу активно залучатися до підтримки та збереження місцевих культурних та історичних цінностей. Це не тільки сприяє позитивному іміджу компанії та зміцненню її репутації, але й відіграє важливу роль у сталому розвитку громад, збереженні їх унікальності та залученні туризму. Враховуючи глобалізацію та її вплив на культурну різноманітність, соціально відповідальний підхід у бізнесі стає ключовим елементом у підтримці та відродженні місцевих спільнот.

Інтеграція елементів соціальної відповідальності у послуги для підтримки місцевої культури та спадщини є важливим аспектом сучасного бізнесу. Цей підхід включає активну участь компаній у збереженні та просуванні місцевих культурних цінностей та історичних пам'яток. За допомогою соціально відповідальних ініціатив бізнес може вносити значний вклад у розвиток та підтримку місцевих громад, зберігаючи при цьому культурну різноманітність і сприяючи сталому розвитку [1, с.127]. Це не лише підвищує імідж компанії, але й сприяє економічному розвитку регіону через залучення інвестицій у сферу туризму.

Партнерства між бізнесом та некомерційними організаціями в Україні, які спеціалізуються на збереженні культури та історії, є ключовими для збереження національної спадщини та популяризації культурних цінностей. Ці партнерства часто включають спільні проекти, фінансування, волонтерську діяльність та інші види підтримки.

Враховуючи державне фінансування культури в Україні на 2023 рік, інтеграція елементів соціальної відповідальності у послугах для підтримки місцевої культури та спадщини набуває особливого значення. Державний бюджет України передбачає значні кошти для підтримки театрів, концертних організацій, музеїв, бібліотек та інших культурних установ. Це створює фундамент для збереження та розвитку культурних цінностей та історичної спадщини країни [2]. Важливо, що бізнес також вносить свій вклад у цей процес. Партнерства між приватними компаніями та культурними інституціями можуть значно

підсилити вплив державних інвестицій та забезпечити додаткові ресурси для культурного розвитку. Це може включати спільне фінансування проектів, організацію культурних заходів, а також маркетинг та просування місцевої культури.

Особливо важливою є роль культурних інституцій у період війни. Заклади культури не тільки зберігають національну ідентичність, але й підтримують моральний дух громадян. Уряд та бізнес можуть об'єднати зусилля для забезпечення їх стабільного функціонування та розвитку в цей складний час [3, с.102]. Також важливим є міжнародне просування української культури. Фінансування книговидавничої справи та популяризація літератури у світі є ключовими для створення позитивного іміджу України на міжнародній арені.

Отже, інтеграція елементів соціальної відповідальності у послуги для підтримки місцевої культури та спадщини є важливою не тільки для збереження історичної та культурної спадщини, але й для підтримки морального духу нації та представлення України на світовій арені.

Список використаних джерел:

1. Кормишкін Ю.А. Соціальна відповідальність бізнесу у період воєнного стану. *Розвиток територіальних громад: правові, економічні та соціальні аспекти: Матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф.*, 9 червня 2022 р., Миколаїв. – Миколаїв : МНАУ, 2022. С.127-128.
2. Кабінет Міністрів України. Бюджет 2023: на фінансування культури передбачено 4,3 млрд грн. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/biudzheth-2023-na-finansuvannia-kultury-peredbacheno-43-mlrd-hrn>.
3. Кормишкін Ю.А. Тенденції розвитку держано-приватного партнерства в Україні. *Інноваційно-інвестиційний розвиток аграрної сфери – запорука продовольчої безпеки країни. Міжнародний форум: доповіді учасників міжнародної науково-практичної конференції Міжнар. наук.-практ. конф.*, 26 травня 2022 р., Миколаїв. – Миколаїв : МНАУ, 2022. С.101-102.

НОВА МОДЕЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО ПОВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ГРОМАДЯН І НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Куцик П.О.

д.е.н., професор, ректор,

Львівський торговельно-економічний університет

Війна завдала та продовжує завдавати непоправної шкоди соціальній безпеці України. Результатом цього стало: зростання навантаження на систему соціальної підтримки та соціального страхування населення через постійне збільшення кількості громадян, які потребують отримання соціальних, реабілітаційних послуг та виплат при одночасному зменшенні надходжень до державного, місцевого бюджетів та фондів загальнообов'язкового пенсійного та соціального страхування; ускладнення верифікації інформації щодо фактичної кількості як дорослих, так і дітей, які потребують соціального захисту та підтримки; руйнування об'єктів соціальної інфраструктури, втрата доступу до особистих справ бенефіціарів соціальної підтримки; спеціалісти сфери соціальної підтримки населення також стають вимушеними переселенцями, що впливає на обслуговування населення; система

соціальної підтримки не встигає адаптуватися до значних міграційних рухів громадян, зміною активної лінії ведення бойових дій та зміни переліку тимчасово окупованих територій, що, серед іншого, ускладнює здійснення соціальних, страхових та пенсійних виплат громадянам; емоційний розпач громадян від нерозуміння своїх соціальних прав та зобов'язань під час війни; недостатнє покриття громад мережею закладів, які надають соціальні, реабілітаційні послуги під час війни, особливо на територіях масового перебування переселенців; унеможливлення отримання громадянами України, які проживають у зоні активних бойових дій чи біля неї, на тимчасово непідконтрольних територіях України, належних їм виплат та соціальних послуг; поглиблення вразливості маломобільних груп населення від початку війни.

Зазначені чинники є наслідками екстенсивної соціальної політики, практику якої Україна успадкувала від радянських часів: чим більше пільг, дотацій і соціальних переваг надано громадянам, тим кращим вважався прояв турботи держави про своїх громадян. При цьому не враховувалися економічні можливості держави, доцільність та якість забезпечення обіцяного та нарахованого. Як результат – постійно зростаюча кількість неструктурованих, малозрозумілих пільг, дотацій і соціальних переваг, не підкріплених фінансовою спроможністю держави, особливо в умовах воєнного стану. Це становить загрозу економічній стабільності держави та формуванню і реалізації ефективної соціальної політики. Очевидною є недостатня адресність та ефективність використання коштів, відсутність пріоритизації видатків, що розпорошує ресурси та не дозволяє вирішити проблеми бенефіціарів.

Визначений в плані післявоєнної перебудови України курс на «перезавантаження країни» у післявоєнний час ґрунтується на перегляді складових існуючої застарілої, і як виявилось, вразливої до масштабної кризи соціальної системи.

Нова модель соціальної політики України, представлена у плані повоєнної відбудови України, відповідає принципам і стандартам соціальної політики ЄС, покращує якість людського життя, протистоїть демографічним змінам, посилює рівень соціального захисту, сприяє скороченню бідності, посилює соціальну єдність, допомагає подолати дискримінацію в усіх її формах та відповідає фінансовим можливостям держави.

Україна на шляху до членства в ЄС при формуванні нової соціальної політики має керуватися основоположними принципами функціонування ЄС, а саме «нероздільності соціального та економічного прогресу». Зазначений принцип означає неможливість і недопустимість досягнення одного на шкоду іншому. Таким чином, соціальна політика держави закладає принципи і культуру взаємоповаги як між людьми, так і між людьми і інституціями, як державними, так і приватними, що повністю відповідає баченню

Європейської комісії з підтримки політик держав-членів у сфері соціального залучення (безбар'єрності) та соціального захисту.

Повоєнний період потребуватиме інтегрованої (комплексної) стратегії соціального захисту, з урахуванням особливостей, пов'язаних зі спеціальним правовим статусом окремих бенефіціарів (зокрема, ветеранів, чорнобильців, внутрішньо переміщених осіб тощо), реалізація якої буде забезпечена завдяки міжвідомчій та міждисциплінарній координації. Тому виникає необхідність переглянути складові діючої соціальної системи для забезпечення можливостей людині жити повноцінним і самостійним життям. Необхідно встановлювати чіткі, прозорі і об'єктивні критерії отримання права на соціальні послуги та соціальні виплати.

Програми соціального захисту повинні допомагати людям у складних життєвих обставинах. Також необхідно підтримувати людську гідність як сьогоднішніх, так і майбутніх пенсіонерів, щоб при досягненні поважного віку люди продовжували бути патріотичними та активними членами суспільства та передавали свій життєвий досвід і сімейні цінності наступним поколінням громадян України.

Система пенсійного забезпечення базується, в основному, на солідарному принципі («перший рівень»). Це, при виході на пенсію, не дозволяє пенсіонерам отримати рівень заміщення навіть у розмірі 40% від попереднього доходу. Тому стратегічне бачення необхідності запровадження загальнообов'язкового накопичувального пенсійного забезпечення є об'єктивною необхідністю для стимулювання населення до здійснення накопичень на пенсію. Це, у свою чергу, буде стимулювати легальне працевлаштування, перш за все для молоді.

Одним з інструментів втілення в життя такої комплексної програми соціального захисту має стати **цифрова «Єдина інформаційна система соціальної сфери» (ЄІССС)**, яка впроваджується Міністерством соціальної політики України. ЄІССС повинна забезпечити доступність/іклюзивність, прозорість, простоту отримання соціальних послуг та виплат бенефіціарами, зокрема внутрішньо переміщеними особами, особами та сім'ями у складних життєвих обставинах, людьми з інвалідністю, військовослужбовцями, ветеранами, пенсіонерами, незалежно від місця реєстрації на всій території України. Ключовим обмеженням для користування такою системою є недостатня цифрова грамотність у бенефіціарів соціальної системи, неповне покриття інтернетом території України та економічна недоступність технічних засобів для користування цією системою.

Першим кроком для досягнення мети комплексної програми соціального захисту має бути проведення всебічного аналізу поточних фінансових зобов'язань держави у соціальній сфері, наявного обсягу соціальних, страхових послуг і виплат та умов доступу до них, та

спрогнозувати моделі ефективного функціонування системи соціальної підтримки у післявоєнний період.

Необхідно встановити чіткі, прозорі і об'єктивні критерії отримання права на соціальні послуги та соціальні виплати. Програми соціального захисту повинні допомагати людям у складних життєвих обставинах. При цьому, необхідно не забувати про підтримку людської гідності як сьогоднішніх, так і майбутніх пенсіонерів, щоб при досягненні поважного віку люди продовжували бути патріотичними та активними членами суспільства та передавали свій життєвий досвід і сімейні цінності наступним поколінням громадян України.

У тотожності з принципами ЄС, бенефіціаром реалізації соціальної політики України має бути кожен громадян країни, і, незважаючи на розгалуженість напрямків такої діяльності, пріоритетними були, є і залишаються: соціальна підтримка, яка розкриває потенціал людини та підтримує гідний рівень життя кожному, модернізація сфери соціального захисту та пенсійного забезпечення, розширення можливостей доступу громадян до цифрових послуг у соціальній сфері, безбар'єрність та подолання дискримінації в усіх її проявах.

Соціальна політика має бути людиноцентричною, гнучкою та спроможною надавати послуги і виплати незалежно від місця перебування в Україні та базуватися на довгострокових цілях відповідно до соціальної політики ЄС. Соціальна політика не може формуватися окремо від політики зайнятості, яка в Україні розвивається як складова економічної політики.

В умовах воєнного стану, держава має ухвалити складне рішення щодо перегляду діючих програм соціального захисту з позиції їх доцільності та спроможності виконання, що вимагає твердої політичної волі та системного контролю над його впровадженням.

Пріоритетними напрямами соціальної політики України залишаються: підвищення рівня пенсійного забезпечення, цифрова трансформація соціальної сфери, соціальна підтримка малозабезпечених та осіб, які потрапили у складні життєві обставини, безбар'єрна інтеграція всіх членів суспільства, зокрема осіб з інвалідністю, інших маломобільних груп у соціально-економічне життя громад. З урахуванням сталості політичних пріоритетів у соціальній сфері, нова модель соціальної політики України, що відповідає принципам і стандартам соціальної політики ЄС та фінансовим можливостям держави, покращить якість людського життя, протистоятиме демографічним змінам, посилить рівень соціального захисту, сприятиме скороченню бідності, посилить соціальну єдність, допоможе подолати дискримінацію в усіх її формах та посилить довіру громадян до влади.

При розробці складових нової соціальної політики врахована можливість скористатися довірою до України та бажанням допомогти з боку держав-членів ЄС, а також їх досвідом у впровадженні соціальних реформ.

Нижче нами наведені ключові проблеми соціальної політики та шляхи їх вирішення, запропонованого в плані відновлення України.

Проблеми, які потребує рішення в сфері «Соціальна підтримка малозабезпечених та осіб, які потрапили у складні життєві обставини»: розгалужена система соціальних виплат, пільг та компенсацій здебільшого категорійна і не дає належного рівня підтримки; недостатньо розвинена система соціальних послуг. Для їх вирішення необхідно, щоб «соціальні послуги підлягали систематичному аналізу для підвищення ефективності їх надання».

Проблема, яка потребує рішення: відсутній взаємозв'язок між системами соціальних виплат і послуг та консолідація зусиль різних рівнів влади та органів місцевого самоврядування для створення інтегрованої моделі соціальної підтримки. Для вирішення цієї проблеми соціального захисту необхідне «перезавантаження системи соціальної підтримки у вигляді інтегрованої та уніфікованої моделі надання соціальних виплат і соціальних послуг».

Проблема, яка потребує вирішення: низький рівень пенсійного забезпечення та перенавантаження солідарного рівня пенсійного страхування. Для вирішення цієї проблеми соціального захисту передбачений запуск функціонування прозорої і ефективної системи пенсійного та соціального страхування та стимулювання населення до накопичення.

Проблема, яка потребує вирішення: інформація, яка надається в документах, що застосовуються в бюджетному процесі, та в звітах про виконання бюджету, не розкриває змісту обсягу видатків на соціальні виплати та допомоги за їх видами та групами бенефіціарів. Для вирішення цієї проблеми соціального захисту необхідно щоб прозорість та повнота документів фінансового планування та звітування була достатньою для ефективного ухвалення управлінських рішень та аналізу ефективності різних інструментів соціальних видатків (допомог).

Проблема, яка потребує рішення: соціальні зобов'язання держави значно перевищують її фінансові можливості. Для вирішення цієї проблеми соціального захисту необхідно, щоб соціальні зобов'язання держави відповідають її фінансовим можливостям.

РОЛЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Мацола М.М.

к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Гінкул Д.М.

здобувачка вищої освіти, другого (магістерського) рівня за спеціальністю 051 Економіка

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Актуальність дослідження проблем розвитку соціального підприємництва в Україні зумовлена низкою чинників: по-перше, розширення кола соціальних проблем населення в умовах воєнного стану та глобальних викликів потребує нових підходів до їх вирішення; по-друге, досвід розвинутих країн засвідчує про ефективність соціального підприємництва як важливого рушія соціально-економічних трансформацій та розвитку місцевих громад.

Соціальне підприємництво у світі розглядається як один із провідних механізмів подолання соціального виключення та забезпечення сталого розвитку [5]. З огляду на це, в Україні також поступово формується відповідне законодавче поле та інституційне забезпечення. Проте залучення цієї форми бізнесу до процесів модернізації територіальних громад перебуває на початковій стадії.

Соціальне підприємництво є відносно новим, але дуже перспективним для України. Воно виконує свою соціальну місію для вирішення суспільних проблем. Соціальні підприємці мають за мету не лише отримання прибутку, а й створення позитивних соціальних та екологічних змін у громадах [1].

Соціальне підприємництво як концепція значною мірою сформувалась у 80-х роках минулого століття у США та Європі для вирішення соціальних проблем новими методами. Його визначають як "комерційну діяльність, що використовує методи підприємництва для досягнення соціальних цілей" [3].

Основними ознаками соціальних підприємств є: економічна діяльність, постійна адаптація товарів/послуг до потреб, обмежене розподілення прибутку, автономність управління, а соціальна місія виходить на перший план. Соціальне підприємництво є компромісним варіантом між принципами ринкової економіки та соціальної справедливості, а його місія полягає в максимальному задоволенні суспільних потреб за рахунок створення нових робочих місць та надання соціальних послуг [2].

Розвиток соціального підприємництва може суттєво прискорити вирішення нагальних проблем територіальних громад в Україні. Це стосується створення нових робочих місць, подолання безробіття, бідності, нерівності. Також актуальним є питання надання якісних соціальних послуг різним групам населення. Не менш важливу роль соціальні підприємства можуть відігравати у розбудові місцевої економіки та розширенні інновацій.

В Україні є чимало успішних кейсів соціальних підприємств, які активно розвивають територіальні громади. Розглянемо більш детально деякі з них.

Соціальне підприємство «Горіховий дім» (м. Львів). Пекарня та кейтеринг-сервіс, мета яких - фінансування Центру для жінок, які перебувають у складних життєвих ситуаціях. Також дане підприємство забезпечує робочі місця для різноманітних груп населення та харчування бездомних [4]. Туристично-спортивний клуб «Манівці» (м. Львів). Проводить тури, спортивні заходи та корпоративні свята для залучення коштів на соціальні проекти: безкоштовні секції для дітей, спортмайданчики [4]. Платформа «Тепле Місто» (м. Івано-Франківськ). Об'єднання громадських ініціатив та бізнесу для розвитку міста. Фінансує проекти через громадський ресторан «Urban Space 100» та гранти [4]. Благодійний магазин «Ласка» (м. Львів). Продає новий та вживаний одяг, 40% доходу передає на підтримку важкохворих дітей та інші соціальні цілі [4]. Соціальне підприємство «Рукомисли» (м. Львів). Виготовляє вироби декоративно-ужиткового мистецтва, створює робочі місця для соціально вразливих груп населення [4]. Спільнота взаємодопомоги «Емаус-Оселя» (м. Львів). Притулок та центр реінтеграції для бездомних та безробітних. Фінансово самодостатній завдяки соціальному підприємництву - крамниці, реставрації меблів тощо [4].

Такі приклади демонструють, що соціальне підприємництво суттєво покращує якість життя мешканців за рахунок створення робочих місць й задоволення соціальних потреб.

Таким чином, соціальне підприємництво суттєво стимулює розвиток регіонів, а саме:

- забезпечує задоволення соціальних потреб населення у сферах охорони здоров'я, освіти, житлово-комунальних послуг та ін.;
- створює нові робочі місця, особливо для маргінальних верств населення, сприяючи зниженню безробіття;
- сприяє появі інновацій, оскільки соціальні підприємства виступають генераторами нових ідей та форм економічної активності;
- залучає інвестиції, зокрема з місцевих бюджетів та через механізм соціального замовлення;
- активізує партнерські проекти місцевої влади, громадськості, бізнесу для вирішення проблем на місцях.

Крім того, соціальні підприємці розробляють інноваційні рішення для вирішення нагальних соціальних та екологічних проблем. Державна підтримка соціального підприємництва може суттєво прискорити розвиток територіальних громад по всій Україні. Отже, соціальне підприємництво є важливим рушієм поліпшення соціально-економічного становища регіонів та розбудови в Україні.

Список використаних джерел:

1. Белова М.В., Гусейнова С.З. Соціальне підприємництво як реалізація соціальної функції держави. *Аналітично-порівняльне право*. № 5. 2022. С.33–35.
2. Біла І. С., Шевченко О. О. Соціальне підприємництво – сучасний тренд економічного розвитку. *Наукові записки НаУКМА*. Економічні науки. 2021. Том 6. Випуск 1. С. 28-33.
3. Салій І. Американський та європейський шляхи соціального підприємництва / І.Салій/ URL: <http://www.socialbusiness.in.ua/index.php/novyny/v-ukraini/109-amerykanskyi-ta-evropeyskyi-shliakhy-sotsialnoho-pidpriemnytstva>.
4. Смаль В., Кокоть В. Що слід знати про соціальне підприємництво. Посібник. Проект ПРОМІС, 2017.
5. Nyssens, M. & Defourny, Jacques. (2016). Fundamentals for an International Typology of Social Enterprise Models. ICSEM Working Papers. URL: https://www.researchgate.net/publication/304460489_Fundamentals_for_an_International_Typology_of_Social_Enterprise_Models.

НІШЕВЕ ВИРОБНИЦТВО В УКРАЇНІ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Морозова А.М.,

молодший науковий співробітник,

Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки», м. Київ

На тлі повномасштабної війни в Україні, глобальної фінансово-економічної кризи спричиненої зокрема пандемією коронавірусу в світі, гостро постають питання продовольчої безпеки населення. Запорукою продовольчої безпеки будь-якої країни є розвинений аграрний сектор. Україна – це аграрна держава, здавалось би що сама природа створила всі умови та значні спроможності для розвитку сільського господарства. Поєднуючи можливості, які надала нам природа, людський капітал та створення умов для інноваційного розвитку аграрного сектора, Україна має всі шанси задля успішного досягнення поставленої мети, а саме: створення достатнього рівня продовольчої безпеки свого населення та підтримка глобальної продовольчої безпеки.

Проте сьогодні потрібно розвивати не лише аграрний сектор, а й сільську місцевість загалом, таким чином створювати передумови для появи нових фермерських господарств, які в свою чергу є саме тою рушійною силою здатною з маленького зробити велике. Тобто, створення достатнього рівня продовольчої безпеки на місцевому рівні, ми поступово йдемо до посилення рівня продовольчої безпеки країни в цілому тощо.

Реалізація зазначених спроможностей – розширення фермерського руху, в парадигмі «з маленького зробити велике», вбачаємо в сегменті виробництва нішевої продукції. Зокрема мова йде про такі сфери нішевого виробництва, як тваринництво, птахівництво та рослинництво. Якщо говорити про тваринництво – це вівчарство та козівництво, а у птахівництві - розведення куріпок. Найбільш розвиненою серед всіх в Україні є сфера рослинництва, з кожним роком перелік нішевих культур, що вирощують українські фермери розширюється [1].

Виробництво нішевої продукції є досить актуальним і перспективним напрямком диверсифікації агробізнесу як для малих фермерів, так і для великих компаній. Проте,

вирощування нішевих культур надає не лише певні можливості для виробника, а і несе певні ризики.

Серед головних ризиків вирощування нішевих культур аналітики вказують такі [2]: нішеві культури потребуються специфічних знань агротехнології і логістики. Якщо поруч немає відповідного елеватора, це проблема. Якщо немає досвіду роботи, це ризик; непрозорість ринку, відсутність даних. Якість не стандартизована, як це відбувається для основних культур. Стандарти зосереджені більше в країнах-споживачах, а не в країні виробника; топ-трейдери на ринку нішевих культур не присутні, бо це нестандартний трейд, де ринки попиту невеликі, нарощування кількості не дасть маржинальність базових ринків; має місце висока волатильність цін. Коли обсяги попиту невеликі, а пропозиція швидко змінюється, відсотковий рух ціни набагато більший, ніж на основні культури. Є певні проміжки часу з дуже високою маржинальністю, але їх потрібно вміти передбачити, виходячи з ситуації на світовому ринку; обмежена ліквідність ринку, часто важко спланувати продажі залежно від потреб ринку.

Отже, брак досвіду – це головна проблема, яка виникає у невеликих фермерських господарствах в процесі виробництва нішевих культур. Досить гостро стоїть проблема кваліфікованих кадрів. Також не потрібно забувати про такі фактори ризиків як погода. Оскільки більшість фермерських господарств, які займаються виробництвом нішевих культур орієнтовні на експорт, постає питання формування великих партій для поставок за кордон. І ключову роль тут відіграє саме якість товару.

Таким чином, щоб в результаті мати успіх, передусім виробникам нішевих культур варто сконцентруватися на їх якості, а не на кількості. З метою забезпечення нішевої продукції високої якості у необхідній кількості для продажу на експорт, виробникам доцільно об'єднуватись у кооперативи та асоціації.

Візьмемо до прикладу, виробництво часнику. На думку фахівців, вітчизняні виробники часнику цілком можуть конкурувати з Китаєм, Іспанією та Єгиптом. При цьому виробництво часнику вимагає уваги до його товарного вигляду: плоди мають бути певного розміру у діаметрі, з необрізаними корінцями, запаковані в сітку тощо. Крім того, для експорту такого часнику потрібні великі партії. Через такі вимоги Україна експортує значно меншу кількість часнику порівняно з її виробленою кількістю. Отже, щоб мати змогу формувати потрібні партії, українським виробникам не обійтись без об'єднання зусиль у відповідних кооперативах та асоціаціях.

Прикладом такої кооперації є часниковий кооператив - СОК «Український часниковий кооператив «УкрАп», м. Київ. Це постійно зростаюче співтовариство фермерів, які займаються промисловим вирощуванням часнику. Вони розвиваються разом заради отримання більш високих врожаїв та успішних продажів [3].

Основні витратні статті при вирощуванні будь-яких нішевих культур це: посадковий матеріал, система зрошення, оплата праці, оренда техніки, засоби захисту рослин. Вступ до профільних кооперативів та асоціацій може допомогти виробникам як інформаційно, так із потрібними ресурсними матеріалами і зі збутом продукції. Асоціації готові надавати корисну інформацію та ділитися своїм досвідом і успішними проектами. Наведемо приклади деяких з них:

Громадська спілка «Асоціація виробників часнику України» пропонує до продажу насіння часнику і надає консультації та супровід у вирощуванні даної культури. Асоціація також сприяє виробникам із збутом їх продукції.

Асоціація "Ягідництво України" є галузевою асоціацією, що об'єднує всіх професійних гравців плодово-ягідного ринку. Асоціація "Ягідництво України": займається просуванням і диверсифікацією експорту української ягоди та фруктів і продуктів їх переробки; формує імідж України на міжнародній арені, як надійного постачальника якісної продукції; стимулює українських господарств до сертифікації виробництва відповідно до міжнародних стандартів, дотримання вимог пакування та брендування продукції [4].

Громадська спілка «Асоціація виробників мелітопольської черешні» заснована у 2019 році з метою об'єднання виробників черешні під спільним брендом із географічним маркуванням «Мелітопольська черешня»; створення умов для розвитку та підтримка бізнесу кожного учасника організації; вихід на зовнішні ринки; консолідація зусиль для реалізації спільних проектів; лобювання інтересів членів організації задля розвитку та поліпшення бізнес-середовища [5].

Громадська організація «Асоціація виробників амаранту та амарантової продукції», основною метою діяльності котрої є сприяння розвитку аграрного сектору України в частині координації дій сільгоспвиробників, що вирощують амарант, та переробників, які використовують насіння, шрот, борошно, олію, листя та суцвіття, зелену масу, в своєму технологічному процесі та вирішення ряду завдань пов'язаних з виробництвом амаранту [6].

Кооперація це не лише можливість отримати базову інформацію, супровід та співробітництво у збуті, насамперед, це можливість малих виробників оцінити свої спроможності. Кооперація та вступ до профільних асоціацій дозволить отримати більш високі врожаї та є основою успішних продаж. Чим швидше українські виробники нішевих культур почнуть об'єднуватися і діяти разом, тим швидше вони завоюють експортні ринки.

Як було зазначено вище, вирощування нішевих культур надає не лише певні можливості для виробника, а і несе певні ризики. Насамперед, виробнику слід враховувати всі нюанси їх вирощування та реалізації. Серед основних характеристик вирощування нішевих культур: порівняно низький рівень конкуренції, можливість диверсифікації ризиків виробництва, висока рентабельність, значний експортний потенціал.

Проте, слід враховувати ряд труднощів з якими може стикнутися кожний хто вирішив займатись вирощуванням нішевих культур, зокрема: високу вартість посівного матеріалу та технологій вирощування; нестабільність попиту на більшість нішевих культур; складність пошуку ринку збуту нішевої продукції; те, що реальна рентабельність може виявитись нижчою за очікувану.

Список використаних джерел:

1. Морозова А. Розвиток ринку нішевих культур в Україні: аналіз діяльності сільгоспвиробників. Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти: матеріали V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 22-23 березня 2023 р. Ч. 2. Львів: ЛНУП, 2023, С. 147-149.
2. Нішеві культури: переваги, ризики, можливості в сезоні-2023. URL: <https://superagronom.com/blog/926-nishevi-kulturi-perevagi-riziki-mojlivosti-v-sezoni-2023>
3. УкрАП. URL: <https://ukrup.com.ua>
4. Про Асоціацію (Асоціація "Ягідництво України"). URL: <https://uaberries.com/pro-asotsiatsiu>
5. Розбудова потенціалу бізнес-асоціацій в Україні. Федерація канадських муніципалітетів/Проект міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст», 2021. URL: http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2021/02/PLEDDG_Business_Associations_Case_Study_UA.pdf
6. Громадська організація «Асоціація виробників амаранту та амарантової продукції». URL: <https://amaranth-association.com/>

ЕКОНОМІЧНА СУТЬ ПОНЯТЬ СТРАТЕГІЯ, СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ТА СТРАТЕГІЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ЯК ОКРЕМИХ ЕЛЕМЕНТІВ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

Пилипів Н.І.

д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Нішко Л. В.

Магістр, спеціальність Економіка

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Дослідження теоретичних засад формування стратегії соціально-економічного розвитку територіальних громад передбачає розкриття економічного змісту таких понять як стратегія, стратегічне планування та стратегія соціально-економічного розвитку як окремих елементів розвитку територіальної громади

Стратегія визначається як довгостроковий план на період 5-10 років, що визначає напрямки розвитку громади у всіх сферах її діяльності. Цей план залишається незмінним, незалежно від особи керівника, політичної влади в державі чи змін у складі депутатів.

Кожен лідер громади продовжує реалізовувати стратегічний план для досягнення конкретних результатів. Основна мета полягає в тому, щоб зміни в громаді не залежали виключно від особистості конкретного лідера, його харизми чи бажання все змінити.

Стратегія має сприяти тому, щоб розвиток громади був стійким і постійно відбувався в напрямку визначених цілей.

Стратегія володіє потужним потенціалом координації дій, вибору стратегічних напрямків роботи та проведення моніторингу за результатами діяльності.

Існує кілька точок зору на те, що означає стратегія. Вона може бути розглянута як вміння ефективно керувати та планувати. Також, стратегію можна визначити як першочерговий спосіб досягнення основної мети. Основна мета тут розглядається як будь-яка завдання, як на даний момент є пріоритетною. Без чіткої основної мети немає сенсу говорити про стратегію. Отже, стратегію можна розглядати як невід'ємну складову співвідношення між «мета – спосіб».

В іншому контексті стратегія визначається як визначення напрямку та масштабів діяльності організації в довгостроковій перспективі. Це включає ідеальне визначення ресурсів, які відповідають умовам змінного середовища, зокрема ринкового, клієнтів та споживачів, з метою задоволення очікувань власників підприємства. Різні визначення стратегії можуть пояснюватися багатозначністю самого терміну, який може мати різні відтінки в різних визначеннях.

Причину існування різних визначень можна пояснити багатозначністю терміну «стратегія». Різні проблемні питання формування стратегії розвитку територіальних громад, висвітлюються в наукових працях таких дослідників, таких як Архипенко І. М.[1] Берданова О. В., Вакуленко В. М., Валентюк І. В., Ткачук А. Ф.[2], Ткачук А., Кашевський В., Мавко П. [3] та інші.

Вважаємо, що під стратегічним плануванням громади слід розуміти організовану діяльність, спрямовану на обґрунтування та ухвалення ключових рішень стосовно розвитку території. Це охоплює впровадження заходів, програм та проектів, спрямованих на зміни для досягнення бажаного майбутнього стану громади.

Процес стратегічного планування включає глибокий аналіз зовнішнього оточення та внутрішнього потенціалу території, вивчення проблем громади, обґрунтування візії розвитку та оцінку можливих стратегічних альтернатив.

Особливість стратегічного планування полягає в активній комунікації та участі громади, що сприяє врахуванню різноманітних інтересів та цінностей. Такий підхід сприяє ухваленню консолідованих рішень, над якими зосереджуються зусилля та ресурси основних учасників територіальної громади.

Важливо відмітити, що стратегія соціально-економічного розвитку територіальної громади є важливим інструментом, спрямованим на створення стійкої та процвітаючої спільноти. Її сутність полягає в системному плануванні та координації дій громади для досягнення конкретних цілей у розвитку економічної, соціальної та екологічної сфер.

Однак вона не є статичним документом; вона піддається періодичному аналізу та коригуванню, щоб враховувати зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі громади. Важливим аспектом є відкритість та участь громадськості у процесі формування та реалізації стратегії територіальної громади. Це дозволяє враховувати різноманітні інтереси та потреби громадян, створює платформу для консенсусу та забезпечує легітимність рішень.

Давайте розглянемо взаємозв'язок між поняттями стратегією, стратегічним плануванням і стратегією соціально-економічного розвитку громади які ключовими елементами в розвитку такої спільноти.

Якщо суттю стратегії територіальної громади є довгостроковий план дій, розроблений для досягнення конкретних цілей та вирішення завдань в умовах невизначеності та змін для визначення того, як саме територіальна громада планує використовувати свої ресурси для досягнення стратегічних цілей, то суттю стратегічного планування є процес розробки стратегії, який включає в себе аналіз внутрішніх і зовнішніх факторів, визначення місії та цілей, вибір стратегій для досягнення цілей та розробку планів дій громади.

При цьому вибрана стратегія територіальної громади допомагає визначити конкурентні переваги, реагувати на зміни у середовищі та забезпечити спрямованість на досягнення стратегічних цілей.

Відповідно суттю стратегії соціально-економічного розвитку територіальної громади є визначення шляхів її розвитку з урахуванням соціальних, економічних та екологічних аспектів. Метою якої є створення сталої, процвітаючої та соціально відповідальної громади. Вона включає в себе розвиток інфраструктури, економічне стимулювання, раціональне використання ресурсів, підвищення якості життя та соціальну інтеграцію.

Із наведеного можна зробити такий узагальнюючий висновок, що стратегія, стратегічне планування і стратегія соціально-економічного розвитку громади є важливими елементами розвитку територіальної громад. Вони сприяють визначенню цілей, вибору оптимальних шляхів розвитку та ефективному використанню ресурсів для досягнення бажаних результатів. Дозволяють громадам створювати стратегії, які сприяють не лише економічному зростанню, але й соціальному покращенню життя громадян.

Список використаних джерел

1. Архипенко І. М. Стратегічне управління розвитком об'єднаних територіальних громад. *Публічне адміністрування: теорія та практика*. Вип. 2 (22). 2019. С. 1-10. URL: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2019-02\(22\)/21.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2019-02(22)/21.pdf) (дата звернення: 12.01.2019).
2. Берданова О. В., Вакулєнко В. М., Валєнтьок І. В., Ткачук А. Ф. Стратегічне планування розвитку об'єднаної територіальної громади : навч. посіб. Київ, 2017. 121 с. URL : http://www.slg-coe.org.ua/wpcontent/uploads/2018/11/04_Strateg_Plan-PRN-5.pdf (дата звернення: 12.01.2019).
3. Ткачук А., Кашевський В., Мавко П. Стратегічне планування у громаді (навчальний модуль). Київ : ІКЦ «Лєгалний статус», 2016. 96 с. URL: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/84/Strategichne-planuvannya.pdf> (дата звернення: 15.02.2020).

ЧИННИКИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ В УМОВАХ ВІДНОВЛЕННЯ

Пливун Б. В.

*Здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 Економіка
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна*

Аналіз чинників економічної безпеки в територіальних громадах в умовах відновлення є важливою задачею для забезпечення стійкості та життєздатності бізнесу в конфліктному середовищі. Процес розвитку кожної громади залежить від індикаторів безпеки сталого розвитку [1, С.40] та відчуття небезпеки через подовження або замороження військового конфлікту, високих ризиків руйнування цивільної, підприємницької та критичної інфраструктури [2], що передбачено у Стратегії розвитку Івано-Франківської територіальної громади на період до 2027 р.

На нашу думку економічна безпека в територіальних громадах в умовах відновлення вимагатиме важливого аналізу та управління діями для забезпечення стабільності. До головних чинників економічної безпеки підприємств належать: політична стабільність, макроекономічний стан, законодавча база, фінансовий стан, ланцюг постачання, ринкова кон'юнктура, соціальна відповідальність, зовнішнє середовище, інновації та адаптація, кадровий потенціал, технології та кібербезпека.

Фактори економічної безпеки підприємств в Івано-Франківській територіальній громаді в умовах відновлення потребують детального аналізу, з урахуванням галузевої та територіальної особливостей.

Політична стабільність – оцінка рівня політичної стабільності в регіонах та вплив політичних конфліктів на підприємство.

Макроекономічний стан – аналіз ключових показників країни (інфляції, обмінного курсу, рівня безробіття) та їх вплив на економіку місцевих підприємств.

Законодавча база – визначення можливих змін у законодавстві та регулюванні, які можуть вплинути на бізнес.

Фінансовий стан – розробка фінансових планів для забезпечення стійкості та можливості реагувати на фінансову кризу.

Ланцюг постачання – оцінка вразливості ланцюга постачання та ідентифікація ризиків в умовах відновлення.

Ринкова кон'юнктура – вивчення змін у попиті та пропозиції на ринку та їх вплив на бізнес.

Соціальна відповідальність – оцінка впливу відновлення безпеки на працівників та місцеву спільноту, а також можливість підприємств здійснювати соціальну відповідальність.

Зовнішнє середовище – аналіз зовнішніх чинників, таких як геополітичні ризики та міжнародні обмеження на торгівлю.

Інновації та адаптація – розгляд можливостей розробки нових продуктів, послуг або інновацій в умовах відновлення.

Кадровий потенціал – оцінка готовності персоналу до роботи в умовах відновлення та розробка планів для безпечного та навчання.

Технології та кібербезпека – забезпечення захисту від кібератак та використання сучасних технологій для створення умов безпеки та ефективності.

Це лише загальний перелік чинників, які можна отримати при аналізі економічної безпеки підприємств в умовах відновлення. Кожне підприємство може мати свої власні особливості та ризики, які потрібно врахувати.

Список використаних джерел:

1. Biloshkurskyi, M., Slatvinskyi, M., Korniienko, T., Shchur, R., & Yemets, O. (2021). Methodology for ranking old industrial regions in the context of sustainable development security. et al.(2021). Financial and security policies for sustainable development, 36-64.
2. Стратегія розвитку Івано-Франківської територіальної громади на період до 2027 року та план заходів на 2023-2024 роки з її реалізації URL: <https://if-gromada.gov.ua/strategii-rozvitku-ivanofrankivskoi-teritorialnoi-gromadi-na-period-do-2027-roku-ta-planu-zahodiv-na-2023-%E2%80%93-2024-roki-z-ii-realizacii-ta-z-16-20-24-11-04-2023/>.

СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ФАКТОР МОБІЛІЗАЦІЇ РЕСУРСІВ ГРОМАД

Радіонов В. С.

аспірант кафедри менеджменту і публічного адміністрування

Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова

В сучасних умовах держава, не впоравшись зі зростаючим соціальним навантаженням, все більше передає свої соціальні повноваження органам місцевого самоврядування. При збільшенні соціально-економічного навантаження мало б збільшитися і фінансування (ст. 9 Європейської хартії місцевого самоврядування), але сьогодні фінансове забезпечення знижується, і це зрозуміло, країна в умовах війни. Вийти з цього замкнутого кола можна лише за рахунок залучення ресурсів інших акторів території та громадського контролю за реалізацією соціально-економічних проєктів.

Територіальні громади є особливим соціальним простором, і їх розвиток залежить від трьох основних суб'єктів цього простору: влади, бізнесу і громадськості. Соціальний простір громади структурований рядом соціальних полів. П'єр Бурдьє визначив соціальне поле як

«багатовимірний простір позицій, в якому будь-яка існуюча позиція може бути визначена на основі багатовимірної системи координат, значення яких корелюють з відповідними різними змінними» [1]. Соціальне поле також передбачає специфічну систему об'єктивних зв'язків між різними позиціями, які перебувають у альянсі або конфлікті, в конкуренції або співпраці, визначені соціально і в більшій мірі незалежні від фізичного існування індивідів, які займають ці позиції. Соціальні поля створюють передумови для переходу від ієрархічної соціальної структури до більш гнучкої мережевої. Це робить соціальний простір громади єдиним і сприяє формуванню системи соціального партнерства. Оптимальним рішенням соціальних проблем і основою для успішного післявоєнного відновлення, на нашу думку, буде створення системи соціального партнерства, яка стане вирішальним фактором для мобілізації територіальних та регіональних ресурсів. Побудову цієї системи ефективніше починати з об'єднаних територіальних громад (ОТГ), оскільки вони мають найбільший спільний інтерес представників трьох секторів на місцевому рівні.

На сьогоднішній день в науці визнаним є ресурсний підхід, за яким ефективність вирішення соціальних проблем прямо залежить від використання всіх наявних ресурсів території. Цей підхід також відображений у Законі про стале розвиток України до 2030 року [2], але не встановлено інструменту, який б служив вирішенню цієї задачі. Необхідна система, в межах якої місцеве самоврядування, бізнес і громадські організації могли б ефективно працювати для досягнення єдиної цілі – соціально-економічного благополуччя членів місцевої спільноти. Такою системою може стати соціальне партнерство, яке передбачає відкриті та прозорі відносини.

Під партнерством ми розуміємо діалог, побудований на довірі та взаємній відповідальності та спрямований на досягнення загальної мети суб'єктами. Соціальне партнерство – це лише один аспект цього явища, специфіка якого обумовлена рамками соціальної політики. Партнерство завжди надає додаткові переваги: набуття нових знань та доступ до них або можливість виявити додаткові ресурси, які раніше були приховані. Отже, об'єднання зусиль місцевого самоврядування, громадських організацій і бізнесу в рамках системи соціального партнерства сприяє не лише найефективнішому використанню ресурсів території, але і проявленню синергетичного ефекту.

Соціальне партнерство представляє собою соціокультурний феномен, достатньо поширений на Заході та формуючийся в нашій країні. Воно виявляється, з одного боку, як громадський інститут, який структурує взаємодії влади та суспільства, спрямовані на поліпшення стану соціально-економічної сфери, а з іншого боку – як різновид мережевої комунікації. Сьогодні соціальне партнерство все частіше розглядається як універсальна форма існування суспільства, стану спільноти, при якому всі соціальні верстви можуть задовольнити свої потреби, взаємодіючи на засадах солідарності.

Формування соціального партнерства в сучасній Україні – це складний і протирічливий процес. В першу чергу це ускладнене недостатнім обміном інформацією між сторонами, відсутністю вивченої правової бази, не налагодженими фінансовими механізмами, низьким рівнем довіри між сторонами та місцевою спільнотою. Але, незважаючи на це, потреба у такому партнерстві стійко зростає. Механізм соціального партнерства надає громадянам можливість брати участь у прийнятті рішень, отже, вони ділять відповідальність за соціально-економічний стан територіальної громади. Комерційний сектор до соціальної сфери має лише опосередковане відношення. Метою бізнесу завжди залишається максимізація прибутку. Місцева спільнота виступає по відношенню до бізнесу зовнішнім середовищем, від стабільності якої також залежать темпи розвитку підприємства, його стійкість і лояльність персоналу. Тому бізнес зацікавлений у стабільному соціально-економічному розвитку територіальної освіти. Але оскільки для бізнесу соціальна діяльність профільної не є, стає необхідним залучення їх ресурсу проведення соціальних заходів. Представники бізнесу надають адресну підтримку нужденним, розробляють інноваційні види соціальних послуг та допомоги і особливо там, де місцеве самоврядування не здатне діяти через бюджетні обмеження або не встигає реагувати на виклики часу.

В умовах глобальної інформаційної прозорості все більшого значення набувають комунікації нового покоління, які ми називаємо мережами. Соціальне партнерство місцевого самоврядування, громадських організацій та бізнесу є соціальною мережею відносин між соціально відповідальними акторами, які перебувають у ситуації територіальної прихильності, взаємної довіри та діалогу. Мережева комунікація соціального партнерства характеризується появою неформальних елементів, спрощенням процедур соціального партнерства та підвищенням соціальної активності акторів.

Соціальні мережі – це стійкі зв'язки між індивідами та організаціями. Дж. Коулман визначає мережу через категорію соціального капіталу. Більшість економістів та соціологів, використовуючи поняття «соціальний капітал», мають на увазі, що це вид капіталу, втілений у людських знаннях та навичках. Дж. Коулман вважає, що на додаток до цього «соціальний капітал» полягає у здібності людей заради реалізації спільної мети створювати один з одним певну спільність, соціальну мережу. Соціальний капітал, на його думку, – це специфічний вид ресурсу, розподілений між структурними позиціями акторів поряд з матеріальними та іншими видами ресурсів [3].

Соціальні мережі, що формуються в процесі «укорінення» реальних життєвих практик, дозволяють представникам місцевого самоврядування, громадських організацій та бізнесу успішно взаємодіяти, вирішувати проблеми довіри, вирішувати конфлікти, обмінюватися інформацією та здійснювати спільні соціально-економічні проекти.

«Закон, договір, економічна доцільність, – наголошує Ф. Фукуяма, – є необхідним, але аж ніяк не достатнім базисом стабільності та добробуту у постіндустріальний вік – вони повинні спиратися на такі речі, як взаємодія, моральні зобов'язання, відповідальність перед суспільством та довіра» [4]. Мережі мобільні і більш схильні до змін, ніж ієрархічна структура. Тому мережі допускають існування безлічі моделей взаємин акторів, отже, різноманіття моделей соціального партнерства.

Список використаних джерел:

1. Бурдые П. про соціальний простір і символічну владу. URL : http://4ua.co.ua/sociology/ta2ac78b5c53b89421316c27_0.html
2. ЗАКОН УКРАЇНИ Про Стратегію сталого розвитку України до 2030 року. URL : <https://ips.ligazakon.net/document/JH6YF00A>
3. Алексеєнко Д. Д. Теорія соціального капіталу як методологічне підґрунтя дослідження результативності інституціональних реформ. URL : https://ev.nmu.org.ua/docs/2017/3/EV20173_022-028.pdf
4. Довіра як чинник політичного розвитку: погляд Френсіса Фукуяма / *Теорія та історія політичної науки*. URL : http://politicus.od.ua/2_2019/2.pdf

СУТНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Сологуб С.І.
аспірант

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Сучасні умови продукують необхідність проведення інноваційних масштабних перетворень, з-поміж яких можемо виокремити проведену адміністративно-територіальну реформу в країні та децентралізаційні процеси.

Найбільш актуальними очікуваними результатами, які ставилися при запровадженні децентралізації були формування фінансово незалежних територіальних громад, котрі володіючи відповідними матеріальними, людськими, фінансовими, земельними ресурсами, об'єктами соціальної інфраструктури, сприяли б задоволенню потреб мешканців громади та у цілому інтересів різних груп стейкхолдерів громади щодо своєчасного і якісного надання соціально-адміністративних послуг, формування передумов для реалізації цілей сталого розвитку, ефективного освоєння бюджетних коштів та підвищенню інвестиційного потенціалу громади.

Соціально-економічний розвиток територіальних громад є довготривалим процесом, наслідки якого проявляються у покращенні умов життя мешканців громади. Формування фінансово спроможних територіальних громад за умов мінливого та непередбачуваного бізнес-середовища, яке ще більше загострилось в умовах війни Росії проти України, актуалізує тематику вивчення можливостей використання їхнього інвестиційного потенціалу.

Вивчення спеціальної літератури дало змогу встановити, що дослідження сутності інвестиційного потенціалу є актуальним та популярним, однак попри це науковці не дійшли згоди щодо однозначного трактування зазначеного поняття.

Так, Шевередіна О. В. [1] визначає його як сукупність макроекономічних чинників, а Матвєєв В., Щелкунов В., Бондаренко В., Каракай Ю., Грамотнєв В. [2] як «набір умов, інтелектуальних та матеріальних благ, які забезпечують інвестиційну діяльність і обмежують долю ризику інвестування». У свою чергу Луців Б. Л., Стечишин Т. Б. визначають двоїтий характер інвестиційного потенціалу, а саме: із однієї сторони, це «результат ефективного використання можливостей», а з іншої – фактор для розвитку [3].

Оскільки потенціал (лат. – сила) означає можливості, наявні сили, запаси, засоби, що можуть бути використані [4], то вважаємо за доцільне дотримуватись комплексного підходу до трактування поняття інвестиційного потенціалу. Тому внаслідок опрацювання трактувань різними вченими, нами запропоновано авторське бачення його: інвестиційний потенціал – це сукупність ресурсів, можливостей, забезпечення, факторів та умов інвестиційного середовища, які формують інвестиційний клімат та забезпечують інвестиційну привабливість з метою досягнення бажаного результату у стратегічній перспективі. Запропоноване визначення можна застосовувати до підприємств, ОТГ, регіону, держави.

Вважаємо, формування та підвищення інвестиційного потенціалу територіальних громад передбачає створення можливостей, які можливо реалізувати за допомогою мобілізації всіх видів ресурсів, джерел, засобів, запасів, забезпечень.

З огляду на зазначене, переконані, що підвищення інвестиційного потенціалу територіальних громад має передбачати формування у стратегічній перспективі таких потенціалів, як:

- ресурсно-сировинний (наявність запасів різних природних ресурсів);
- трудовий (людські ресурси, їхній рівень освіти, стан здоров'я, вік тощо);
- виробничий (результати діяльності суб'єктів господарювання у територіальній громаді);
- промисловий (сукупна здатність суб'єктів господарювання територіальної громади виробляти і реалізовувати конкурентоспроможну продукцію, послуги);
- соціальний (можливість задовольняти потреби населення територіальних громад та досягати поставленої мети);
- фінансовий обсяг власних, позичених та залучених фінансових ресурсів;
- інноваційний (розвиток науки й упровадження результатів науково-технічного прогресу в територіальних громадах);
- інституційний (ступінь розвитку провідних інститутів територіальних громад);

- інфраструктурний (економіко-географічне розташування територіальних громад й її інфраструктурна забезпеченість) [5].

Таким чином, врахування вищенаведеного є необхідним для покращення інвестиційного потенціалу громади, який дає змогу забезпечити їх подальший розвиток із забезпеченням рівного доступу до різних послуг, достатньо високим рівнем якості життя мешканців територіальної громади.

Список використаних джерел:

1. Шевередіна О. В. Розвиток інвестиційного потенціалу України: правовий аспект. *Право і суспільство: господарське право і господарський процес*. 2014. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pis_2014_1.2_20 (дата звернення: 05.08.2021).
2. Матвеев В., Щелкунов В., Бондаренко В., Каракай Ю., Грамотнев В. Маркетинг регіонів: інвестиційні аспекти. Київ : Наук. думка, 2005. 176 с.
3. Луців Б. Л., Стечишин Т. Б. Інвестиційний потенціал банківської системи України. *Фінанси України*. 2009. № 9. С. 67-77.
4. Словник іншомовних слів. URL : <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Ory=%CF%EE%F2%E5%ED%F6%B3%E0%EB> (дата звернення: 12.06.2021).
5. Щербатюк О. М. Дефініція «інвестиційний потенціал підприємства»: сутність та відмінності. *Ефективна економіка*. 2011. № 11. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=773> (дата звернення: 08.08.2021).

ЗНАЧЕННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ ІНФРАСТРУКТУР ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Стаценко В.О.

аспірант

Миколаївський національний аграрний університет, Україна

Кушнірук В.С.

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної справи та організації бізнесу

Миколаївський національний аграрний університет, Україна

Україна вповодж військових дій зазнала великих втрат: 422 підприємства повністю або часткового зруйновані, промисловість втратила більш ніж 8,1 млрд. дол. США; руйнування приміщень оцінюється від 30% до 100%, тобто щонайменше 1,5 млн. українців залишилося напризволяще. Максимальних руйнувань як виробничої, транспортної та соціальної інфраструктури зазнали Донецька, Луганська, Київська, Чернігівська, Миколаївська та Запорізька області [1; 2].

Наслідки руйнувань інфраструктури територіальних громад зображено на рис. 1.

В процесі відновлення вітчизняної інфраструктури територіальних громад потрібні великі не лише фінансові, а і людські ресурси. Аграрні господарства в даному процесі будуть абсолютним прискорювачом відбудови економічної складової територіальних громад в

повоєнний період, особливо як основний осередок заробітної валюти через експорт. В даній галузі України виробництво здебільшого розподіляється на такі дві групи: сільськогосподарські підприємства та домогосподарства.

Сільськогосподарських підприємств в нашій країні зареєстровано близько 45000, а виробляють вони 55% загальної продукції. Щодо домогосподарств, то їх кількість більше ніж 4 мільйони, обробляють приблизно 1,23 гектара землі на одне господарство, а виробляють 45% валової продукції аграрного господарства [3].

Постійність найголовніших систем забезпечення життя порушено: велика кількість громадян України втратила житло, доступ до електроенергії, водопостачання та опалення.

Незмога виробничої діяльності через руйнацію активів господарств, брак водо- та енергопостачання, а ще перебивання ланцюгу постачання сировини та проміжних товарів.

Формування справжньої небезпеки настання голоду та мізерного доступу до необхідної медичної допомоги через порушення логістики товарів та послуг, в тому числі ліків, продовольства та медичної допомоги.

Нестача робітників внаслідок вимушеної евакуації громадян з небезпечних територій, які зазнають впливу від воєнних дій, в безпечніші регіони, в тому числі й закордон.

Рисунок 1 – Наслідки руйнувань інфраструктури територіальних громад в Україні
(розроблено автором)

Сьогодні агропромислові холдинги вносять великий внесок в гарантування продовольчої безпеки України та розвитку експортних можливостей аграрної галузі, і саме вони являються найбільш конкурентоспроможними організаційними формами аграрно-промислового виробництва.

Станом на 10.11.2023 року в Україні зареєстровано 1469 територіальних громад. Найбільша кількість територіальних громад було сформовано в Одеській та Дніпропетровській областях (91 та 86 громад відповідно). До того ж, найбільша кількість сільських громад також спостерігається саме в цих областях – 47 та 41 сільська громада відповідно (рис. 2). Водночас у Дніпропетровській області кількість сільських територіальних громад в два рази перебільшує кількість міських громад.

В цілому по Україні більша кількість сільських та селищних територіальних громад, які, звичайно, несуть в собі неабиякий потенціал розвитку аграрної сфери. Загалом по країні кількість селищних громад становить 432 одиниць, а сільських – 626 одиниць [6].

В такий спосіб розвиток аграрного потенціалу країни, зокрема аграрного підприємництва у територіальних громадах, визнається як ключовий елемент сталого економічного зростання. Згідно з міжнародним досвідом, сучасні умови вимагають переходу

від централізованої аграрної політики до більш інтегрованої стратегії розвитку сільської місцевості та громад, що враховує взаємозв'язок економічних, екологічних, соціальних та територіальних аспектів життєдіяльності об'єднаних територіальних громад. Децентралізація спрямована на досягнення цієї мети.

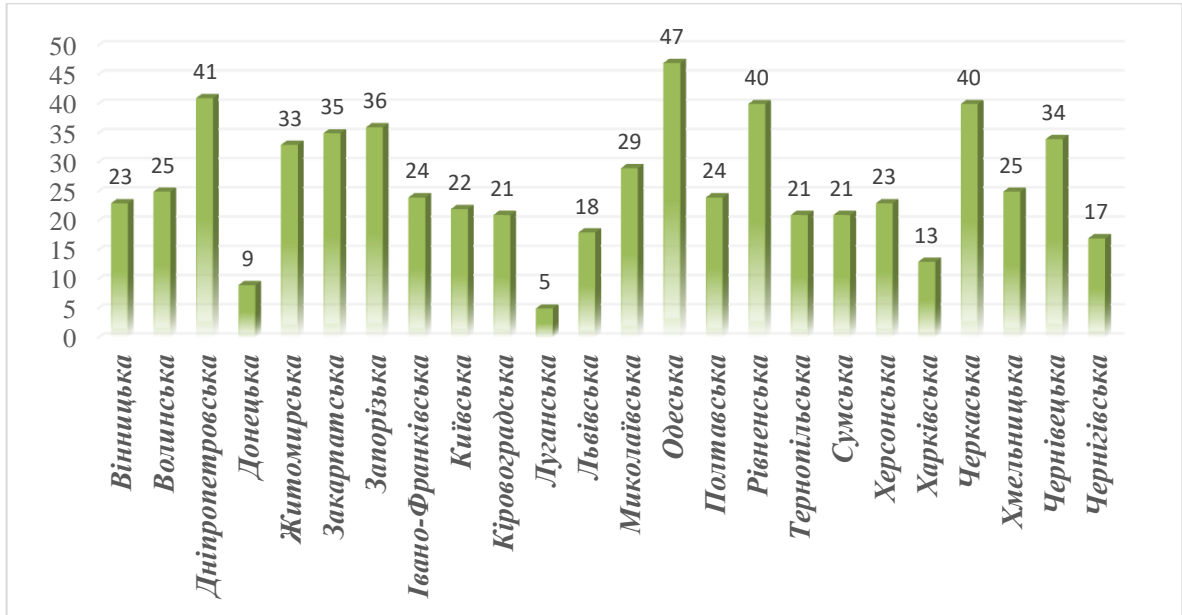


Рисунок 2 – Розподіл сільських громад за областями станом на 10.11.2023 р.
(розроблено авторами на основі [6]).

Багаті сільськогосподарські запаси українських земель дають потенціал для розвитку «зеленої» економіки в агросекторі. Якщо агропідприємства візьмуть курс саме на таку економіку розвитку в повоєнному відновлення країни, то це сприятиме розвитку стійкої інфраструктури територіальних громад, а також збільшенню енергетичної результативності за рахунок застосування деяких джерел енергії.

Житлова проблема, яка сформувалася в Україні через військову експансію, в післявоєнний період може бути вирішена діям аграрних підприємств: відновлення житлового фонду країни, включаючи будівництво нового в невеликих населених пунктах.

Соціальний розвиток територіальних громад також підпадає під сферу діяльність агропідприємств: утворення нових робочих місць сприятиме зниженню безробіття та зростанню матеріального становища населення. До того ж прийняття аграрними підприємствами участі в соціальних програмах спрямованих на поліпшення умов існування сприятиме добробуту жителів в тих чи інших територіальних громадах.

Отже, аграрний сектор має велике значення не тільки у післявоєнній відбудові територіальних громад, а і в сьогочасних потребах: гарантування нормального функціонування бізнесу, підтримка економіки держави, забезпечення базових потреб, часткове поновлення інфраструктури територіальних громад та створення нових робочих

місць. У зв'язку з тим, що аграрна галузь є однією із провідних в Україні, то саме агропідприємства матимуть велику вагу у відновленні інфраструктури.

Список використаних джерел:

1. Маркіян Мороз, Євгенія Бондаренко Збитки промисловості через війну: веб-сайт. URL: <https://voxukraine.org/zbytky-promyslovosti-cherez-vijnu> (дата звернення: 08.11.2023).
2. Khozhylo I.I.(2023). Housing policy as a priority for the development of territorial communities of Ukraine in the conditions of war and post-war reconstruction. *Dnipro scientific journal of public administration, psychology, law*, 1, 53-57. <https://chasopys-ppp.dp.ua/index.php/chasopys/article/view/359/315>. 2023. 53-57 (дата звернення: 08.11.2023).
3. Негрей М.В., Тараненко А.А., Костенко І.С. Аграрний сектор України в умовах війни: проблеми та перспективи. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1474/1420> (дата звернення: 09.11.2023).
4. Ільченко Т., Засторожнікова І. Роль аграрного підприємництва у розвитку територіальних громад. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1194/1151> (дата звернення: 10.11.2023).
5. Попело О.В. Сучасні тенденції інфраструктурного розвитку сільських територій на державному рівні. *Науковий вісник Ужгородського Університету*. 2023. № 1 (61). С. 32-38. URL: <http://visnyk-ekon.uzhnu.edu.ua/article/view/278376> (дата звернення: 10.11.2023).
6. Децентралізація. URL: <https://decentralization.gov.ua> (дата звернення: 10.11.2023).
7. Люткіна Т.С., Кушнірук В.С. Проблеми інвестиційної привабливості аграрного сектору України та пропозиції щодо їх вирішення // Інноваційно-інвестиційний розвиток аграрної сфери – запорука продовольчої безпеки країни : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 26-28 травня 2022 р. м. Миколаїв : МНАУ, 2022. С. 106-109. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/14085/1/106-109.pdf> (дата звернення: 10.11.2023).

РОЛЬ ВОЛОНТЕРСТВА В КОНТЕКСТІ РОЗВ'ЯЗАННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ: КЕЙС УКРАЇНИ

Шандар А.М.,

PhD ек., доцент кафедри соціоекономіки та управління персоналом

Заволович Я.Ю.,

здобувач бакалаврського рівня, 3 курсу, ОПП «Менеджмент персоналу»

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Волонтерство є важливим інструментом соціальної підтримки та суспільного розвитку загалом. З одного боку, воно є формою громадянської активності, а з іншого – частиною соціальної відповідальності бізнесу. Це діяльність, що ґрунтується на безкорисливому бажанні допомогти іншим без очікування фінансової чи матеріальної вигоди.

Зауважимо, що Національною стратегією сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні до 2026 року волонтерство визнано «...одним із основних напрямів діяльності інститутів громадянського суспільства» [1].

В Україні волонтерство з роками еволюціонувало, характеризувалося певними ознаками, відбиваючи події, що відбуваються у країні. Згідно дослідження Панькової О.В. та Касперовича О.Ю. [2] волонтерський рух України пройшов 2 етапи (хвилі). Перша тривала у період із 2014 р. по 2016 р., натомість друга почалася у 2022 р. і триває до цих пір.

Вчені висвітлюють різні аспекти волонтерства у своїх наукових працях. Наприклад, Яремчук С.С., Семенюк-Прибатень А.В., Адамовський В.І. [3], Горінов П., Драпушко Р. [4]

дослідили правові інструменти розвитку волонтерства, Кир'янова О.В. та Савін О.В. [5] висвітлили управління комунікаціями у волонтерських та соціальних проєктах.

Проаналізовані джерела ще раз доводять актуальність вивчення волонтерського руху. Зазначений сплеск активності волонтерського руху також підтверджується відповідною динамікою і на світовому рівні. Згідно даних World Giving Index rankings Україна за останні роки суттєво піднялася у цьому рейтингу (рис. 1) із 20 місця у 2020 р. до 2 місця у 2022 р. До вибірки World Giving Index rankings [6] входить 142 країни світу. Цей індекс відображає інтегральний показник таких складових: допомога незнайомцям, пожертвування (донати), волонтерський час.

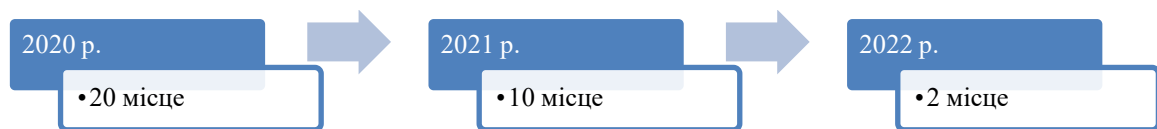


Рис. 1. Місце України у World Giving Index rankings, 2020–2022 рр.

Джерело: побудовано на основі [6]

Метою дослідження є визначення ролі волонтерства в Україні у контексті розв'язання соціальних проблем на прикладі сфери охорони здоров'я, освіти та допомоги вразливим групам населення.

Один із найбільш актуальних аспектів волонтерства в Україні є його роль у підтримці системи охорони здоров'я. Волонтери допомагають лікарням, медичним установам та пацієнтам у доступі до необхідної медичної допомоги, закупівлі обладнання та ліків, а також у проведенні медичних заходів для вразливих груп населення.

Ще однією важливою галуззю, де волонтери мають суттєвий вплив, є освіта. Вони допомагають педагогам у проведенні уроків, забезпечують школи необхідними навчальними матеріалами та організують позаурочні заходи для здобувачів освіти.

Волонтери в Україні активно працюють із вразливими групами населення, такими як внутрішньо переміщені особи, безпритульні, ветерани, особи з інвалідністю, діти-сироти та інші. Вони забезпечують їхній доступ до життєво важливих ресурсів, надають психологічну підтримку та сприяють їхній інтеграції в суспільство.

Волонтерство грає ключову роль у розв'язанні соціальних проблем в Україні, сприяючи покращенню якості життя населення та підтримці вразливих груп. Ця діяльність здатна вирішувати багато актуальних проблем у соціальній сфері. Визнання значимості та підтримка волонтерів є важливим підґрунтям для подолання соціальних викликів в Україні.

Список використаних джерел:

1. Про Національну стратегію сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2021-2026 роки : Указ Президента України від 07.09.2021 р. №487/2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/487/2021#Text>
2. Панькова О.В., Касперович О.Ю. Українське волонтерство в умовах збройної російської агресії: зміцнення потужностей через залучення ресурсів цифровізації, платформізації, ІКТ та мережевих технологій. *Економічний вісник Донбасу*. 2022. №2(68). С. 113–123. URL: [https://doi.org/10.12958/1817-3772-2022-2\(68\)-113-123](https://doi.org/10.12958/1817-3772-2022-2(68)-113-123)
3. Яремчук С.С., Семенюк-Прибатень А.В., Адамівський В.І. Правові інструменти розвитку волонтерства в Україні: на виклики воєнного часу. *Академічні візії*. 2023. Вип. 17. URL: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7730899>
4. Горінов П., Драпушко Р. Волонтерська діяльність в Україні: соціально-правове дослідження: монографія.. Київ: Державний інститут сімейної та молодіжної політики, 2022. 240 с.
5. Кир'янова О.В., Савін О.В. Управління комунікацією у волонтерських та соціальних проєктах. *Формування ефективної системи управління публічного адміністрування в умовах транзитивної економіки* : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (21 вересня 2022 р.). Київ. 2022. С. 314–316.
6. Charities aid foundation. URL: <https://www.cafonline.org/about-us/publications>

РОЗБУДОВА ІНСТИТУЦІЙНИХ СЕКТОРІВ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ

Шпикуляк О. Г.,

доктор економічних наук, професор, член-кореспондент НААН, учений секретар Інституту, завідувач відділу підприємництва, кооперації та агропромислової інтеграції, Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»,

Шеленко Д. І.,

доктор економічних наук, професор, професор кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки,

Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника

Balaniuk S. I.,

PhD (Economics), Associate Professor

Vincent Pol University in Lublin, Poland

В Україні несалежно від умов, які складаються в середовищі ринку, суспільстві, державі загалом, продовжується розбудова інституційних секторів аграрного підприємництва в сільських територіальних громадах.

Доцільно виділяти три специфічних за економічними і юридичними ознаками форми організації господарювання на селі: сільськогосподарські підприємства; фермерські господарства та господарства населення – перші два складають сегмент підприємництва – на це звертаємо увагу у пропонованій публікації, аргументуючи означення проблематики розбудови інституційних секторів аграрного підприємництва. У свою чергу організаційно-правові форми господарювання, більшість з яких спеціалізується на виробництві сільськогосподарської продукції [1, с. 198], формують соціально-економічну базу розвитку сільських територіальних громад.

Вважаємо, що за визначенням сутності й кваліфікації характеристик відповідних складових – інституційний сектор становить сукупність суб'єктів, для яких характерні схожі традиції способу організації виробництва: коаліційний (корпоративний) –

сільськогосподарські підприємства усіх форм власності; приватно-сімейний – фермерські господарства; індивідуальний – господарства населення. Суб'єкти інституційного сектору є схожими за статусами – соціальним, інституційно-правовим, підприємницьким тощо. До кожного з інституційних секторів організації господарської діяльності входять визначені законодавством організаційно-правові форми господарювання: сільськогосподарські підприємства, за організаційно-правовими формами; фермерські господарства; господарства населення [2, с. 32].

Це зокрема типові господарські структури – їх кваліфікуємо за формою організації виробництва, способом розподілу прибутку, статусу у механізмі ринку, специфікою відносин із залучення-використання капіталу, землі і праці тощо. За твердженням К.В. Багмет, оцінювання інституційної якості соціального сектора може відбуватися за такими напрямками: оцінювання інституційної якості через визначення якості надання соціальних послуг; оцінювання конвергенції інститутів соціального сектора; оцінювання комплементарності інститутів [3, с. 90].

Відправною точкою для здійснення аналізу інституційної структури господарських (підприємницьких) формувань є кваліфікація інституційних статусів їх суб'єктності, що визначають інституційні спроможності реалізувати потенціал у системі «виробництво-розподіл-обмін-споживання» для набуття економічних вигод й впроваджувати діяльність з метою отримання прибутку (базисний мотив підприємця). Беруться до уваги відносини власності, утворення капіталу та механізми розподілу вигод і витрат, організаційно-правові форми реалізації відповідальності засновників підприємства (організаційна і організаційно-правова форма господарювання, підприємства). Вважаємо, що також на місцевому рівні кожен з інституційних типів підприємства відіграє власну по-своєму особливу роль – інституційну, соціальну й економічну. Наприклад, фермерські господарства, особливо малі є місцем зайнятості і суб'єктом гарантування місцевої продовольчої безпеки.

На зазначених теоретико-методичних знаннях конструкціях пропонується до дослідницької оцінки розбудова інституційних секторів аграрного підприємництва в сільських територіальних громадах.

Трансформації аграрного сектору в цілому сприяли розвитку економічно ефективних та конкурентних форм підприємницької діяльності [4, с. 12]. Разом з цим події в новітній історії України, пов'язані із впливом воєнної агресії росії проти нашої держави – кардинально змінили інституційну структуру, динаміку, пріоритети і результуючі показники ефективності, сталості розвитку підприємництва, кооперації та агропромислової інтеграції, їх ролі у забезпеченні гарантій національної продовольчої безпеки [5, с. 151].

Війна, створивши почас непереборні ризики для сільськогосподарського бізнесу сформувала середовище загального примусу виробників до перебудови господарських

систем, реструктуризації та релокації – загалом прискореної трансформації з адаптацією інституцій підприємницької діяльності у зв'язку із рухом економіки, держави до коаліцій Європейського Союзу [5, с. 151].

Інституційна невизначеність держави в умовах воєнних дій щодо спроможності забезпечити підтримку розвитку аграрного підприємництва призводить до зниження обсягів виробництва. Основні проблеми, які виникають у процесі адаптації підприємницьких структур до функціонування в умовах воєнного часу полягають у порушенні каналів збуту сільськогосподарської продукції та розриві логістичних зв'язків як у великих суб'єктів підприємництва, так і у малих [5, с. 151]. Досліджуючи підприємницькі структури як інституційну систему господарських взаємодій, автори [6, с. 8] виокремлюють низку особливостей: вплив природних чинників; виробничої структури; сезонний характер виробництва; атрибути відтворення й використання робочої обмеженість землі та залежність виробництва від неї; потреба на сільськогосподарську продукцію та забезпечення продуктами харчування; бухгалтерського обліку в підприємствах аграрної сфери.

Кардинально змінились інституційні, організаційно- й соціально-економічні умови господарювання щодо пріоритетів сталого розвитку сільських територій, замість яких впроваджуються стратегії збереження бізнесу та збалансування вигід і витрат в умовах обмеженого доступу до каналів збуту продукції та зростання вартостей компонентів ресурсного забезпечення виробництва. Відбувається вимушена релокація бізнесу у відносно безпечні регіони в окремих сегментах: переробному, інфраструктурно-обслуговуючому, постає необхідність зміни спеціалізації виробництва тощо [5, с. 151]. Відповідна економічна політика також повинна бути націлена на створення інституційних та організаційних передумов [7, с. 12].

Зважаючи на практику сьогодення ролі і цілі аграрних підприємств у розвитку сільських територіальних громад дещо видозмінилися. А саме – у пріоритеті – досягнення продовольчої безпеки, економічного виживання. Тим самим вказуємо на особливості визначення ефектів господарювання в залежності від характеру відносин в економіці й соціумі. Наприклад, варто відзначити, що війна створила безпрецедентні інституційні обмеження для функціонування аграрних підприємств – це відповідним чином позначилося на розвитку громад щодо рівня добробуту населення, якості соціального капіталу тощо.

Концептуально моделюючи можливий сценарій подальшої розбудови інституційних секторів аграрного підприємництва в сільських територіальних громадах вважаємо, що у перспективі в організаційно-інституційному контексті значний потенціал зростання наслідуватиме сектор фермерських господарств сімейного типу. Тим самим реалізовуватиметься найбільш дієвий спосіб забезпечення зайнятості населення, створення потенціалу й можливостей для активного відновлення економіки, сільських територій у

короткостроковій перспективі. У пріоритеті виокремлюватиметься для потенційних підприємців створення малорозмірних підприємств – сімейних ферм, суб'єктів переробного крафтового бізнесу, сфери обслуговування населення тощо. Наявність значної кількості малих функціональних фермерських господарств надає сільській громаді додаткового запасу міцності, гарантуючи їй соціально-економічну стійкість.

У регіонах розвиватиметься спеціалізований крафтовий бізнес, або ж крафтове сімейне фермерство виходячи з відповідних організаційно-економічних умов, традицій місцевого рівня [5, с. 151]; а також увага поінна бути спрямована на покращення спортивної інфраструктури та зони відпочинку [8]. Це пов'язано із відносною мобільністю малих форм господарювання, їх інституційною спроможністю швидко реструктуризувати діяльність і навіть релокуватися в інші регіони у зв'язку з інтеграцією до ЄС [5, с. 151].

Новітній сценарій розбудови інституційних секторів аграрного підприємництва в сільських територіальних громадах формується відповідно до безпекової ситуації. Підприємці підлаштовуються під реалії у тому числі здобуваючи практики виходу на європейський ринок. Адже відбувається реструктуризація господарської діяльності підприємств у зв'язку із необхідністю збалансування витрат-вигід. Вирішення зазначених та низки інших проблем можливе за рахунок активізації інтеграційних процесів в аграрному секторі економіки України, що передбачає створення інституційних та організаційно-економічних умов для дотримання засад і впровадження критеріїв сталого розвитку сільських територій. Це, зокрема, утворення стійких передумов ефективного використання ресурсів сільського господарства, збереження села як середовища життя й господарювання, особливо враховуючи необхідність відбудови економіки після війни.

Список використаних джерел:

1. Шеленко Д.І. Організаційно-правові форми сільськогосподарських підприємств в економічному вимірі. Івано-Франківськ: Прикарпатський нац. ун-т ім. В. Стефаника, 2019. 476 с.
2. Malik M., Kravchenko S., Shpykuliak O., Malik L., Yuzhykova V. Adaptation of business entities in the agrarian sector of the economy to activities in wartime conditions. *Ekonomika APK*. 2022. Vol. 29, No. 6. p. 28-40. URL: <https://cutt.ly/4wTCgv1o>
3. Багмет К.В. Інституційна якість соціального сектора: характеристики та оцінка. №2(42), 2019. *Economics: time realities*. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2019/No2/89.pdf>
4. Лупенко Ю., Шпикуляк О., Малік М., Ксенофонтова К., Морозова А. Розвиток сімейних фермерських господарств в умовах воєнного часу та реалізації перспективи повоєнного відновлення України. *Аграрна економіка*. 2023. Т. 16. № 1-2. С. 9-22. <https://doi.org/10.31734/agrarecon2023.01-02.009>
5. Шпикуляк О.Г., Малік М.Й., Кравченко, С.А., Ксенофонтова К.Ю., Малік Л.М. Розвиток підприємництва, кооперації та агропромислової інтеграції. *Розвиток аграрного сектору та сільських територій в умовах воєнного стану й повоєнного відновлення: наукова доповідь*. [Ю.О. Лупенко, О.М. Нечипоренко, М.І. Пугачов та ін.]. Київ: ННЦ «ІАЕ». 2023. С. 151-158.
6. Підприємницька діяльність в аграрній сфері економіки: монографія [Ю.О. Лупенко, М.Й. Малік, О.Г. Шпикуляк та ін.]; за ред. М.Й. Маліка. Київ: ННЦ «ІАЕ», 2023. 208 с. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10026711>
7. Стратегія розвитку підприємництва, кооперації та агропромислової інтеграції в умовах воєнного часу та повоєнного відновлення аграрної економіки України. [Ю.О. Лупенко, М.Й. Малік, О. Г. Шпикуляк та ін.]. Київ: ННЦ „ІАЕ”, 2022. 32 с. <https://drive.google.com/file/d/11dX076sNO8-KRo-7jquuqxFCX1QrN33f/view>
8. Tomashevskaya A., Yakubiv V., Maksymiv Yu., Hryhoruk I. Participatory budgeting as a public mechanism for diagnosing priorities of territorial communities. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, Vol.

Напрямок 7. Інноваційні підходи до логістики і постачання в торговельних підприємствах під час війни.

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ЛОГІСТИЧНУ СИСТЕМУ УКРАЇНИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ВІТЧИЗНЯНІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ

*Галів Г. Д.,
магістр кафедри міжнародних економічних відносин*

Науковий керівник:

Михайлишин Л. І.,

д.е.н., проф., зав. кафедри міжнародних економічних відносин

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

У сучасних умовах сфера логістики є однією із найперспективніших та швидкозростаючих в усіх країнах. Проте Україна в останні роки зіткнулася із рядом викликів, зокрема жорсткими коронавірусними обмеженнями, що спричинило стрімкий спад у даній сфері, а згодом – повномасштабне вторгнення росії, що паралізувало значну її частину. Війна сформувала перешкоди для вільного руху товарів та послуг по території країни та обмежила можливість їх транспортування на світовий ринок. Це значно ускладнило ведення підприємницької діяльності та процедуру постачання товарів. Саме тому необхідно модернізувати логістичну систему країни у контексті імплементації інноваційних процесів з метою підвищення її ефективності та забезпечення активного функціонування вітчизняних підприємств. Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність», інновації – це новостворені і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція чи послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що значно покращують структуру виробництва, його якість чи якість соціальної сфери [1]. Інноваційна логістика вважається системою самостійної логістизації існуючих та нових систем. Вона є науковим інструментом, що застосовується з метою раціоналізації потокових процесів, сформованим на основі знань та підходів, що модернізуються, шляхом впровадження у поточне й стратегічне управління існуючими ринковими структурами прогресивних розробок задля досягнення кінцевих результатів. Логістичні інновації впроваджуються як у закупівельній діяльності, так і в складському та транспортному господарстві, а також при розподілі наявних ресурсів у виробничому процесі, в управлінні запасами та збутовою діяльністю, тобто в усіх існуючих логістичних галузях. Площина впровадження інновацій у логістичних процесах та управлінні ланцюгами постачання є безмежною. Тому при застосуванні інноваційних технологій враховують сукупність факторів, що впливають на діяльність усіх працівників, верстатів, транспортних засобів та інших елементів ланцюга поставки. Високорозвинені країни розпочали активно експериментувати із впровадженням передових логістичних технологій, включаючи

управління в реальному часі ланцюгом поставок, роботизацію складських операцій та використання автономного транспорту. Усі інноваційні логістичні проєкти формуються з метою оптимізації витрат і забезпечення максимального рівня економії для модернізованих підприємств, що сприятиме у майбутньому їх реалізації у компаніях, що все ще використовуватимуть традиційні методи зберігання та постачання. В Україні у 2018 році було прийнято «Національну транспортну стратегію України на період до 2030 року», де зазначено переваги використання альтернативних видів палива, а також стимулювання використання альтернативних джерел енергії та екологічних видів транспорту і спецтехніки [3]. Це стало передумовою виникнення ідей стосовно використання таких транспортних засобів у логістиці. Проте їх впровадження на практиці значно ускладнюється, що пов'язано із складною ситуацією в країні, спричиненою збройним нападом росії. Сфера логістики в Україні в умовах військової агресії характеризується значними проблемами, зокрема зруйнованими автошляхами та мостами, ускладненням морських, залізничних перевезень та відсутністю авіаперевезень. З метою послаблення їх впливу доцільно використовувати новітні технології, включаючи Інтернет речей та штучний інтелект, а також автоматизувати окремі процеси задля забезпечення швидкого та ефективного руху товарів на внутрішньому ринку і забезпечувати їх вихід на світову арену. Дані процеси забезпечать вітчизняним підприємствам можливість прогнозувати масштаби попиту на товари задля уникнення надмірних запасів, а також розробляти безпечні маршрути їх постачання. Це зменшить як витрати на доставку, так і її час, що є вважається критично необхідним в умовах періодичних ракетних обстрілів території України [2]. Інновації сприяють скороченню затримок у доставці товарів, оскільки забезпечують швидкість реакції на зміни у маршрутах та своєчасність постачання крізь призму моніторингу та аналітики даних у реальному часі. Це забезпечує збереження існуючої клієнтської бази та її розширення, а також збереження рівня конкурентоспроможності підприємств. Не менш важливим показником ефективності впровадження інновацій є точність у визначенні оптимального запасу товарів з метою досягнення співвідношення між попитом та пропозицією, що перешкоджатиме виникненню додаткових фінансових витрат, забезпечивши можливість виробників заощадити кошти і збільшити прибутковість. Значну роль інноваційні процеси відіграють у трансформації взаємодії із партнерами у сфері логістики, оскільки застосування цифрових технологій на зразок електронних платформ та обміну даними забезпечує отримання позитивного ефекту у процесі взаємодії постачальника та споживача, уникнення помилок у замовленнях, а також гармонізацію ланцюга поставок. Тому до основних напрямів модернізації логістики вітчизняних підприємств необхідно включити повну або часткову відмову від накопичення та зберігання товарів на складах у великих обсягах, підвищення рівня динамічності складських умов, диверсифікацію логістичних операцій та ланцюгів, забезпечення

альтернативності при формуванні логістичних шляхів, а також автоматизацію усіх ланок процесу постачання, де це можливо. Отже, імплементація інноваційних процесів у логістичну систему України має вирішальне значення для забезпечення ефективності функціонування вітчизняних підприємств в умовах ведення на її території бойових дій. Впровадження новітніх технологій, зокрема Інтернету речей, штучного інтелекту та автоматизація досліджуваної сфери сприяють швидкості реакції постачальників на зовнішні та внутрішні чинники, що забезпечить можливість їх функціонування в умовах будь-якого рівня складності. Саме тому створення сприятливих умов для імплементації інновацій у логістичну систему України є одним із її пріоритетів в умовах війни, оскільки це забезпечить стійкий розвиток вітчизняних підприємств в контексті геополітичних та економічних змін.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» (редакція від 31.03.2023). Офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата звернення: 16.11.2023).
2. Ніцевич А., Ткачов В., Буда Р., Горбачов М., Горова К. Логістика та міжнародна торгівля в Україні в умовах війни. 2022. URL: <https://eba.com.ua/logistyka-ta-mizhnarodna-torgivlya-v-ukrayini-v-umovah-vijny/>
3. Про схвалення Національної транспортної стратегії України на період до 2030 року. Офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2018-p#Text> (дата звернення: 16.11.2023).

ЛОГІСТИЧНА СКЛАДОВА У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Гринів Л.В.,

К.е.н., доцент кафедри менеджменту і маркетингу

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Перець Н.І.

студентка II курсу, ОР магістр, ОП Менеджмент ЗЕД

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Умови воєнного стану можуть суттєво вплинути на зовнішньоекономічну діяльність підприємств, зокрема на їх логістичну складову. Військовий стан постійно супроводжується обмеженнями щодо зовнішньої торгівлі, перевезення товарів через кордон, інсталяційним контролем за рухом товарів та послуг через міжнародні межі, що може суттєво ускладнити логістичні процеси підприємств.

Глобалізація зовнішньоекономічних відносин суб'єктів господарської діяльності спричинила структурні зміни в розвитку національних економік країн світу і визначила стратегію економічного розвитку на основі формування та ефективного використання організаційно-економічних механізмів, як на рівні світової та національної економік, так і безпосередньо, на рівні окремих підприємств. Глобальна економічна кризи та повномасштабна війна в Україні вплинула не лише на міжнародні ринки, але зачепила і

національні економіки, що, зокрема, негативно вплинуло на зовнішньоекономічну діяльність суб'єктів господарювання.

За сучасних умов зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) підприємств стала важливою складовою національної стратегії економічного розвитку, а ефективність їх діяльності визначає геополітичну направленість державної економічної політики. Закономірною стає необхідність дослідження процесу формування і активізації дії ефективних механізмів забезпечення зовнішньоекономічної діяльності, як особливого чинника сталого економічного розвитку держави та специфічного показника ефективності експортно-імпортних операцій підприємств. Участь підприємств у ЗЕД дозволяє їм інтегруватися у світове господарство, а також використовувати переваги міжнародного поділу праці, що, в свою чергу, відображається на показниках його ефективності господарювання [1, с.68].

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства тісно пов'язана з транспортним забезпеченням, яке є однією з важливих складових процесу організації доставки товарів від місця їх виготовлення до місця споживання. Транспорт грає важливу роль в розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Від належної роботи транспортної системи залежить ефективність логістичної діяльності, котра якісно оцінюється рівнем задоволення потреб кінцевого споживача. Методом вдосконалення діяльності підприємства, орієнтованого на міжнародний ринок, на базі концепції логістики є належне управління транспортною логістикою і створення високоефективних товаропровідних систем, здатних забезпечити наявність потрібного товару, в потрібному місці, в потрібний час, в потрібній кількості, з мінімальними витратами і за прийнятною ціною [2].

Розвиток міжнародної логістики пов'язаний із тенденціями світового ринку. У процесі інтеграції країн в систему світогосподарських зв'язків зовнішньоторговельна діяльність підприємств стає важливим фактором економічного розвитку. Підприємства мають право самостійного виходу на зовнішній ринок і здійснення зовнішньоекономічних операцій [3].

Великий вплив на міжнародні перевезення надає структура світового ринку. Нерівномірність динаміки транснаціональних перевезень на сучасному етапі впливає на стратегічний вибір організації ланцюга поставок. Цілі логістичних стратегій підприємства в процесі організації зовнішньоекономічної діяльності формуються з урахуванням оптимального поєднання чотирьох компонентів: технології, маркетингу, виробництва і логістики.

У сфері міжнародного бізнесу логістика розглядається в двох аспектах: управлінському і технологічному. При організації управління зовнішньоекономічною діяльністю просування матеріального потоку і забезпечення збуту є предметом організаційного управління. При удосконаленні технологій транспортних перевезень, складського господарства, інформаційного забезпечення, планування і контролю оптимізуються витрати на ефективне

функціонування кожної з цих служб, оптимізація торкається предметів технологічного процесу. Організаційний механізм логістичного управління пов'язаний із досягненням достатнього рівня інтеграції за допомогою відповідних перетворень у структурі управління підприємством. При цьому організаційна структура може бути різною і залежати від характеру продукції, що випускається, кількості її споживачів, матеріаломісткості, від розміру підприємства тощо [4].

Деякі можливості аспектів, які можуть вплинути на логістичну складову у зовнішньоекономічній діяльності підприємств під час воєнного стану, включають:

1. Обмеження на перевезення та транзит товарів: військовий стан може призвести до обмеження щодо перевезення товарів через кордон, включаючи заборону або обмеження на ввезення та вивезення товарів, що ускладнює логістичні ланцюги.

2. Зміни у вартості та доступності транспорту: повномасштабна війна спричинила до зміни вартості та доступності різних видів транспорту, а також призупинення або обмеження роботи певних транспортних маршрутів, що забезпечує логістичні рішення підприємств.

3. Збільшення термінів доставки: затримки через перешкоди в перевезенні, додатковий контроль такої перевірки на кордоні можуть призвести до значного збільшення часу доставки товарів, що можна вплинути на планування запасів і виробничі процеси.

4. Ризик для безпеки поставок: збільшення ризику втрати чи пошкодження товарів через конфліктні середовища або загрози може вимагати нових заходів безпеки для логістичних операцій.

5. Зміни в митних процедурах та регулюваннях: вводяться зміни у митних процедурах та правилах, що впливають на експортно-імпортні операції підприємств.

6. Можливість реорганізації логістичних мереж: в умовах воєнного стану підприємствам можна переглядати свої логістичні мережі, шукаючи альтернативні шляхи постачання, постачальників та маршрутів доставки.

У таких умовах важливо для підприємств адаптуватися до змін, розробляти стратегії ризик-менеджменту та знаходити альтернативні шляхи оптимізації логістичних процесів для забезпечення безперервного функціонування в складних умовах воєнного стану.

Список використаних джерел:

1. Васюк Т.В. Сучасні стратегії управління зовнішньоекономічною діяльністю вітчизняних підприємств. Ефективність державного управління : зб. наук. пр. Львівського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України. Вип. 41 / за заг. ред.чл.-кор. НАН України В.С. Загорського, доц. А.В. Ліпенцева. Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2014. Львів. С. 324- 331.
2. Алексеева Т.І. Організаційно-економічний механізм забезпечення ЗЕД підприємства. *Вісник НТУ «ХПІ»*, 2013. № 7 (981). С. 3-9.
3. Попова Т.Л., Мелентьев Д.Ю. Управління транспортною логістикою підприємства у сфері ЗЕД на основі концепції управління окремими ланками процесу транспортування на макрорівні. URL: http://www.nbuv.gov.ua/PORTAL/soc_gum/KNP/147/knp147_73-76.pdf.

4. Бестужева С. В. Аналіз теоретичних підходів щодо визначення сутності стратегічного планування у зовнішньоекономічній діяльності підприємства. Професійний менеджмент в сучасних умовах розвитку ринку : матеріали VII науково-практичної конференції з міжнародною участю, 1 листопада 2018. С. 205–207.

ЕФЕКТ АВТОМАТИЗАЦІЇ МАРКЕТИНГУ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ РЕГІОНІВ

Дмитришин Л.І.,
д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної кібернетики
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника
Кушнір О.С.,
к.е.н., старший викладач кафедри економічної кібернетики
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника
Григорчук М.І.,
 магістр
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

Інвестиційна привабливість базується на поєднанні різноманітних факторів, що притаманні певному регіону. Ці фактори впливу відрізняються залежно від галузі та вподобань інвестора, причому деякі фактори є більш привабливими, ніж інші. Щоб максимізувати переваги своєї стратегії залучення інвестицій, необхідно звернути увагу на потреби свого регіону. Це означає орієнтацію на інвесторів, чиї цілі узгоджуються з привабливими аспектами пропозиції. Незамінним в цьому буде застосування автоматизованих маркетингових інструментів, які забезпечать залучення бізнес-інвестицій у певний регіон.

В світі ринок програмного забезпечення для автоматизації професійних послуг поділений на регіони: Північну Америку, Європу, Азіатсько-Тихоокеанський регіон і LAMEA. Регіон Північної Америки отримав найвищу частку доходу на ринку програмного забезпечення для автоматизації маркетингу [1]. У зв'язку зі зростаючою значущістю маркетингу в збільшенні продажів і утриманні клієнтів витрати на маркетингові послуги зростають. Від маркетингу в соціальних мережах до SEO або контент-маркетингу, менеджери з маркетингу роблять значні інвестиції для підтримки та збільшення своїх продажів.

Базовим завданням, що має вирішити регіон за допомогою маркетингових інструментів, є підвищення його спроможності за рахунок нарощування інвестиційної привабливості. Правильна стратегія залучення інвестицій надає аналіз, стратегію, інструменти та план дій, необхідні для залучення відповідних і бажаних інвестиційних можливостей у регіон. Реалізація стратегії залучення інвестицій у регіон може бути суттєво спрощена, якщо, використовувати соціальні мережі для залучення інвестицій. Численні платформи надають швидкі, цікаві та цілеспрямовані недорогі варіанти маркетингу, отримання інформації та спілкування з потенційними інвесторами.

Соціальні медіа можуть розширити присутність, продемонструвати активи, збільшити

охоплення та допомогти визначити «правильних» потенційних інвесторів для конкретного регіону.

Автоматизація маркетингу — це шлях до спільної роботи маркетингу та продажів, де конверсія потенційних клієнтів лежить в основі. Технологія, автоматизація процесів і можливість мати все це на одній платформі забезпечують ефективність, економію коштів і кращі результати. Інвестиційна привабливість базується на поєднанні різноманітних особливих факторів, що притаманні певному регіону (громаді). Ці фактори впливу відрізняються залежно від галузі та вподобань інвестора, причому деякі фактори є більш привабливими, ніж інші. Щоб максимізувати переваги своєї стратегії залучення інвестицій, необхідно звернути увагу на потреби своєї громади. Це означає орієнтацію на інвесторів, чії цілі узгоджуються з привабливими аспектами пропозиції. Незамінним в цьому буде застосування автоматизованих маркетингових інструментів, які забезпечать залучення бізнес-інвестицій (прямих іноземних інвестицій або внутрішніх інвестицій) конкретно у певний регіон (громаду).

Залежно від регіону ринок програмного забезпечення для автоматизації професійних послуг поділений на Північну Америку, Європу, Азіатсько-Тихоокеанський регіон і LAMEA. Регіон Північної Америки отримав найвищу частку доходу на ринку програмного забезпечення для автоматизації маркетингу[1,2]. У Північній Америці рішення PSA набувають значної популярності завдяки інтеграції передових технологій, таких як AI та ML, і випуску нових продуктів на ринках. Крім того, наявність відомих галузевих компаній у регіоні сприяє розширенню ринку.

Ринок програмного забезпечення для автоматизації маркетингу оцінювався в 3,60 мільярда доларів США в 2020 році та, як очікується, становитиме 11,46 мільярда доларів США в 2027 році, реєструючи річний темп зростання (CAGR) 17,67% протягом прогнозованого періоду (2021-2027 рр.) [3]. У зв'язку зі зростаючою значущістю маркетингу в збільшенні продажів і утриманні клієнтів витрати на маркетингові послуги зростають. З початком спалаху COVID-19 багато B2B маркетингових компаній прийняли підхід «перестраховатися», за допомогою якого вони зменшили свої маркетингові бюджети, доки не змогли проаналізувати вплив на свій бізнес, і їм довелося чекати, поки економічний сценарій покращиться. Згідно з опитуванням Hubspot, майже половина компаній скоротили свої маркетингові бюджети на 1-25%. У першому кварталі 2020 року більшість маркетингових компаній B2B повідомили про скорочення бюджету на 26%, але деякі з бюджетів було відновлено, що призвело до менших загальних скорочень бюджету через пандемію [3].

Від маркетингу в соціальних мережах до SEO або контент-маркетингу, менеджери з маркетингу роблять значні інвестиції для підтримки та збільшення своїх продажів. Згідно з

опублікованою статтею Advertising Age, у 2019 році загальні витрати на маркетингові послуги становили приблизно 248,9 мільярда доларів США, більшість із яких припадала на стимулювання збуту.

Щоб залучити інвестиції, необхідно продемонструвати зацікавленим особам привабливість свого регіону. Дуже важливо визначити, що регіон пропонує, і орієнтуватися на інвесторів, чиї цілі збігаються з цілями регіону, оскільки деякі фактори будуть більш привабливими, ніж інші, залежно від галузі. Використовуючи ключові слова SEO, можна орієнтуватися на інвесторів і полегшити їм пошук. Необхідно визначити ці ключові слова, які використовує цільова аудиторія, і інтегрувати їх у свої комунікації та присутність у соціальних мережах, щоб регіон став більш помітним в Інтернеті.

Google Analytics можна налаштувати безкоштовно, і він відстежуватиме потенційних клієнтів на веб-сайті. Можна порівнювати аналітику різних платформ і оцінювати переваги кожної з них. Відстежуючи свою аналітику, можна отримати уявлення про різні показники, такі як:

- ✓ Коефіцієнт залученості: включає оцінки "подобається", поширення та коментарі, і покаже, чи вміст цікавий і захоплює аудиторію.
- ✓ Охоплення: покаже, скільки людей переглядає вміст, і допоможе зрозуміти, який вміст має найбільший вплив.
- ✓ Згадки в обліковому записі: покаже, скільки разів хтось згадував назву бренду. Можна стежити за цим, щоб побачити, що говорять про регіон, і використовувати це, щоб допомогти зберегти репутацію бренду.
- ✓ Почуття: дозволяє побачити, скільки користувачів говорять про регіон порівняно з конкурентами, і зрозуміти становище регіону в порівнянні.

Отже, «правильне» використання соціальних мереж може допомогти залучити більше потенційних інвесторів, ніж будь-коли раніше. Завдяки мільярдам щоденних активних користувачів соціальні медіа змінюють наш спосіб спілкування по всьому світу. Вони можуть продемонструвати інвестиційну привабливість та розширити охоплення аудиторії як ніколи раніше, що може допомогти відшукати та спрямувати потенційних інвесторів на конкретну регіональну спільноту.

Список використаних джерел:

1. Дейнега О.В., Дейнега І.О. Вплив маркетингових інструментів на формування інвестиційної привабливості об'єднаних територіальних громад. *Економіка та управління підприємствами*. 2021. Вип. 55. С. 98-104.
2. Лабенська Ю.Д., Тимошик В.Ю. Роль маркетингу в підвищенні інвестиційної привабливості індустріального регіону. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2020. № 1 (28). С. 89-98.
3. *Marketing Automation Software Market - Growth, Trends, Impact of COVID-19 and Forecasts (2021-2027)*. Report. 100 p. URL: <https://www.researchandmarkets.com/reports/4591293/marketing-automation-software-market-growth>

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ

Баланюк І. Ф.,

д.е.н., професор, завідувач кафедри обліку і оподаткування

Іваночко Б. Р.,

аспірант спеціальності 051 – економіка

Іваночко А. Р.,

студент спеціальності 071 – облік і оподаткування

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Економічний розвиток територіальної громади є складним процесом, який передбачає якісні зміни в економіці й функціонуванні громади, зокрема, збільшення доходів і зайнятості населення громади, поліпшення систем охорони здоров'я, освіти, соціальної сфери, забезпечення екологічної безпеки, створення умов для індивідуального розвитку людини, а також оновлення та будівництва комунальної інфраструктури. Підприємства є невід'ємною частиною громад і взаємопов'язані з їх розвитком. Одним з інструментів взаємодії громади та бізнесу є соціальне підприємництво, яке полягає метою якого є вирішення соціальних проблем і прибутки від якого спрямовуються головним чином на розвиток бізнесу, громадські справи, добробуту територіальних громад (соціальні, екологічні та етичні цілі) [1]. Такий вид підприємництва слід вважати безпосередньою участю громади у вирішенні питань місцевого значення, оскільки прибуток від такої діяльності інвестується у місцевий соціально-економічний розвиток. Суб'єктами соціального підприємництва є підприємці які живуть і працюють в громаді, засновані жителями громади підприємства, громадські організації та інші неприбуткові організації. Відмінність соціального від традиційного підприємництва полягає і в тому, що традиційне підприємництво керується перш за все загальними принципами ведення бізнесу, в той час як соціальні підприємці завжди враховують національні, регіональні, або ж місцеві особливості. З цієї причини зарубіжний досвід важливий, але недостатній для розвитку соціального підприємництва в Україні[2]. Таким чином соціальне підприємництво в територіальних громадах націлене на задоволенні потреб жителів громади та зростання якості їхнього життя.

В контексті економічного розвитку громад та громадянського суспільства соціальні підприємства відіграють важливу роль:

- сприяють розвитку економіки і суспільства, пропонуючи можливості для створення робочих місць і нових форм підприємництва та зайнятості;
- допомагають подолати соціальну ізоляваність (завдяки їх діяльності можливе працевлаштування людей з обмеженими фізичними і психічними можливостями; тих, хто тривалий час був безробітним;
- активізують участь і добровільну роботу громадян, зміцнюючи таким чином єдність громади [3].

Соціально-орієнтовані підприємства в громадах можуть виготовляти товари та надавати соціальні, освітні, екологічні, медичні та інші послуги. Варто виділити такі форми та види соціального бізнесу в територіальних громадах:

- громадські простори;
- заклади харчування, що спрямовують частину доходу на соціальні цілі;
- сортувальні центри з переробки вторсировини;
- виробництво екологічної, органічної продукції в громадах;
- створення робочих місць для певних вразливих категорій людей;
- організація та проведення різного роду просвітницьких заходів в громаді.

Органи місцевого самоврядування можуть сприяти розвитку соціального підприємництва здійснюючи інформування населення про його можливості, надаючи допомога з організацією і започаткуванням такого виду діяльності, підтримуючи громадські ініціативи, надаючи пільги соціальним підприємствам, популяризуючи вироблену ним продукцію серед жителів громади [4].

Для розвитку такого виду підприємництва в громадах, може залучатись грантове фінансування, як з місцево бюджету так і від зовнішніх джерел. Таким чином, доцільно виокремити заходи допомоги та створення умов з боку органів місцевого самоврядування для місцевих соціальних підприємств у залученні зовнішнього грантового фінансування:

- постійно слідкувати за офіційними джерелами, засобами масової інформації, офіційними сайтами грантодавців задля пошуку відповідних конкурсів та інформувати соціальні підприємства про них шляхом публікування інформації на інтернет-сайтах та сторінках громади в соцмережах, безпосередньої комунікації з підприємствами;
- проводити зустрічі, перемовини з представниками іноземних партнерів та міжнародних організацій на предмет виділення грантового фінансування для місцевого соціального бізнесу;
- надавати консультації та методично-організаційну допомогу підприємствам та підприємцям у підготовці та участі у конкурсі, формуванні відповідної супровідної документації.

Отже, соціальне підприємництво варто вважати формою взаємодії людини та громади а його розвиток взаємопов'язаний з загальним соціально-економічним розвитком територіальної громади, оскільки, створює рівні умови для праці і життя всіх місцевих жителів.

Список використаних джерел:

1. Діброва Н. В. Соціальне підприємництво. *Економічні інновації*. 2015. Вип. 59. С. 112-117.
2. Ковалевська А. В., Нечипоренко Я. Є. Підприємництво на базі громади як особливий вид соціального підприємництва. *Науковий журнал «Молодий вчений»*. 2019. Вип. 7(71).С. 134-141.

3. Белова М. В., Гусейнова С. З. Соціальне підприємництво як реалізація соціальної функції держави. *Електронне наукове видання «Аналітично-порівняльне правознавство»*. 2022. №5. С.158-162. URL: <http://journal-app.uzhnu.edu.ua/article/view/270231/265564>
4. Баланюк І. Ф., Іваночко Б. Р. Матеріально-технічне забезпечення підприємств як складова інвестиційної діяльності територіальних громад. *Наукові інновації та передові технології*. 2023. №13(27) С. 436-445.

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК БІЗНЕСУ В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

Лешанич С. Є.

Кандидат економічних наук, старший викладач кафедри міжнародного, конституційного та адміністративного права

Івано-Франківський навчально-науковий юридичний інститут національного університету "Одеська юридична академія", Україна

Глобалізація є невід'ємною частиною сучасного світу і впливає на багато аспектів життя суспільства. Одним із найбільш важливих аспектів, який піддається впливу глобалізації, є світова економіка, що абсолютно проектує вплив на розвиток бізнесу в кожній країні. Тому для нас важливо розглянути ключові аспекти впливу глобалізації на економіку та її наслідки для розвитку країн та глобальної системи в умовах турбулентного середовища.

Глобалізація зростає як процес зближення економіки, культури, технологій та інших аспектів суспільства на світовому рівні. У турбулентному середовищі, такому як економічні кризи, політичні конфлікти, пандемії та інші нестабільні ситуації, глобалізація може мати як позитивний, так і негативний вплив на світову економіку.

Позитивні аспекти глобалізації в турбулентному середовищі включають:

1. Доступ до ринків – глобалізація відкриває нові можливості для бізнесу отримати доступ до ринків у різних частинах світу, що може допомогти зменшити вплив економічних труднощів в одному регіоні.
2. Ефективність виробництва – глобалізація погіршує розподіл виробництва та послуг, що дозволяє бізнесу зосередитися на тому, що вони роблять краще або ефективніше, знижуючи витрати та підвищуючи конкурентоспроможність.
3. Технологічний прогрес – глобальна співпраця покращує обмін технологіями, що може призвести до інновацій та підвищення продуктивності.

Однак глобалізація також може мати негативні наслідки:

1. Залежність від інших країн – економіки стають взаємозалежними, і турбулентності в одному регіоні можуть вплинути на інші частини світу через ланцюгові реакції.
2. Фінансова нестабільність – глобалізація може сприяти швидкому руху капіталу, що призводить до фінансової нестабільності та кризи.
3. Великі різниці в розвитку – глобалізація може посилити різницю між розвитком бізнесу в країнах, причому – одні з них зможуть відкривати нові ринки та можливості для

нарощування виробництва, а інші, навпаки, сповільнювати діяльність, через несприятливі конкурентні умови.

Глобалізація передбачає вільний потік товарів, послуг, інформації, інвестицій та людей між країнами. Країни стають більш відкритими для імпорту та експорту товарів та послуг. Це може призводити до зростання виробництва та створення нових ринків для товарів. Цей процес розширює можливості та виклики для світової економіки. Глобальні корпорації розширюють свою діяльність на світовому ринку, шукаючи дешевшу робочу силу і нові ринки для своїх товарів. Потоки іноземних інвестицій сприяють розвитку економік країн, що їх приймають. Проте глобалізація також викликає певні виклики, такі як зростаюча конкуренція та ризики фінансової нестабільності.

Глобалізація впливає на розподіл багатства в світовому масштабі. З одного боку, вона сприяє зростанню економічному зростанню в країнах, які відкриті для глобальної торгівлі та інвестицій. З іншого боку, вона може збільшувати нерівність в країнах та між ними, оскільки користі від глобалізації можуть розподілятися нерівномірно [1].

Глобалізація також впливає на ринок праці. З одного боку, вона створює нові можливості для споживачів і підприємств у вигляді доступу до дешевої робочої сили і ринків. З іншого боку, вона може призводити до перерозподілу робочих місць і втрати робочої сили в окремих секторах економіки.

Глобалізація також впливає на культурну різноманітність та навколишнє середовище. З одного боку, вона може сприяти обміну ідеями і культурними цінностями. З іншого боку, це може призводити до асиміляції культур та надмірної експлуатації природних ресурсів.

Глобалізація підштовхує до збільшення обсягу іноземних інвестицій. Іноземні інвестори вкладають кошти у підприємства та проекти в інших країнах, що може сприяти розвитку нових галузей та підвищенню рівня зайнятості.

Глобалізація робить фінансові ринки більш доступними та об'єднаними, що сприяє легшому доступу до капіталу та ризиковим операціям. Проте це також може призводити до фінансової нестабільності.

Глобалізація розширює доступ споживачів до різноманітних товарів і послуг з усього світу, що може поліпшувати їхні стандарти життя.

Загалом, глобалізація впливає на світову економіку складним та різноманітним способом. Вона вносить і позитивні зміни, такі як зростання ринків і можливість доступу до нових технологій, але також викликає виклики, такі як збільшення нерівності та втрати робочих місць. На нашу думку, важливо розуміти цей процес та приймати політичні та економічні рішення, щоб максимізувати користь від глобалізації і зменшити її негативний вплив.

Глобалізація – це процес економічної, політичної та культурної інтеграції в усьому світі [2, С.21]. Основним рушієм і водночас результатом процесу глобалізації є глобальна міграція капіталу (особливо фінансового), уніфікація законодавчих, економічних і технологічних процесів. Це об'єктивний і систематичний процес. Проте, ми вважаємо, що глобалізація більшою мірою охоплює економічні процеси. Про це свідчать вільна торгівля, вільний рух капіталу, зниження податків і прибутків корпорацій, спрощення переміщення галузей промисловості між різними державами для зниження витрат. Водночас глобалізація є об'єктивним суспільним процесом, змістом якого є посилення взаємозв'язку і взаємозалежності економік різних країн, національних політичних і соціальних систем, національних культур, взаємодії людей і навколишнього середовища [3].

Участь країн у процесі глобалізації має визначатися економічними інтересами. Процес глобалізації не повинен руйнувати національні економіки через взаємопроникнення. Беручи участь у будь-якому економічному блоці, національний уряд повинен розумно використовувати переваги, які він приносить, щоб забезпечити розвиток національної економіки. Водночас він має оволодіти певними засобами запобігання негативного впливу процесу глобалізації на розвиток національної економіки в умовах турбулентного середовища. При цьому також необхідно враховувати наступні чинники.

1. Рівень розвитку національної економіки. Багато в чому це залежить від процесів, які відбувалися в минулому. Проте не менш важливими є тенденції розвитку економічної системи, які мають значний вплив на майбутній розвиток національної економіки.

2. Параметри, що характеризують загальну систему національної економіки. Стійкість такої системи до зовнішніх факторів впливу є особливо важливою. Багато залежить від рівня інтеграції в рамках національної економіки.

3. Рівень інтегрованості національної економіки у світову економічну систему. Звичайно, при визначенні напрямків розвитку та тенденцій важелів національної економічної політики необхідно враховувати особливості глобальної економічної політики. Адже від цього впливу залежатиме, наскільки економіка країни інтегрується у світову.

4. Досвід розвитку таких економік в умовах глобалізації. Процес глобалізації має різні впливи та відмінні характеристики на розвиток передових індустріальних країн і країн, що розвиваються. Наслідки її участі в процесі глобалізації будуть істотно іншими.

5. Наскільки глибоко інтегровані процеси глобалізації економіки та політичної глобалізації. Будь-яка країна може втратити свій суверенітет за умови, що при втраті національної ідентичності країни разом з економічними створюються політичні альянси. Країни повинні встановити прийнятний (або дозволений) рівень глобалізації, щоб забезпечити успішний розвиток власної економіки та підвищити рівень життя своїх людей.

Глобалізація має складні наслідки для світової економіки, і її вплив продовжує зростати. Розвиток глобальних торговельних відносин, технологічний прогрес та зміни в економічних політиках країн визначають, як буде розвиватися цей процес в майбутньому. Розуміння цих аспектів допомагає аналізувати вплив глобалізації на розвиток бізнесу, враховуючи умови турбулентного середовища.

Список використаних джерел

1. Кирилов Ю.Є. Вплив процесів глобалізації на розвиток національних економік. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5297>.
2. Нартова І.В.; Коломієць Є.О. Глобалізація та її вплив на розвиток світового виробництва. URL: <https://core.ac.uk/reader/71926050>.
3. Глобалізація світової економіки. URL: <https://buklib.net/books/30225/>.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЛОГІСТИКИ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ НА ОСНОВІ КООПЕРАЦІЇ

Грицюк М.Й.

аспірант II-го року навчання спеціальності 051- Економіка,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Олійник О.З.

аспірант II-го року навчання спеціальності 051- Економіка,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Луцак М.І.

аспірант II-го року навчання спеціальності 051- Економіка,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Науковий керівник: Матковський Петро Єгорович

доктор економічних наук, професор,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

В залежності від повноти завантаження колісних транспортних засобів одним вантажовідправником виділяють дві моделі вантажних перевезень: “FTL “Full Truck Load” і LTL “Less than Truck Load”. З англійської аббревіатура FTL розшифровується як “Full Truck Load”, що у дослівному перекладі “цілком завантажена вантажівка”. Перевезення FTL – це завантаження транспорту до максимальної ваги. Таку модель вантажних перевезень використовують для транспортування великих партій виключно від одного клієнта.

Для FTL розробляють оптимальні маршрути. Оператори вантажних перевезень FTL пропонують транспортні засоби, здатні перевозити обсяги до кількох десятків тонн. У цьому може використовуватися як транспорт самого перевізника так і орендований вантажний транспорт. Головна перевага FTL-перевезень – оперативність. Транспорт завантажують один раз і одразу відправляють кінцевому споживачеві.

Абревіатура LTL розшифровується як “Less than Truck Load”. У дослівному перекладі означає “частково завантажена вантажівка”. Головна відмінність LTL від FTL – завантаження транспортного засобу невеликими партіями вантажів різних клієнтів. Замовник оплачує місце у вантажівці, а не повністю всю машину. Суть у тому, що тут транспортується

вантаж кількох клієнтів і завдяки цьому витрати на перевезення діляться між усіма замовниками послуги. Після того, як вантаж забирають у клієнтів і переміщують у місце тимчасового зберігання, співробітники складу сортують і групують партію, завантажують її в одну вантажівку. Вантаж приїжджає в точку відправлення, де цілком реально забрати його вантаж прямо зі складу чи замовити доставку до кінцевої точки. Такий організаційно-економічний механізм кооперації логістичних процесів має свої переваги:

Оптимізація інвестиційних ресурсів. Без сторонньої логістичної опції LTL-доставки доведеться заплатити за повний причіп, навіть якщо власник використовує лише половину або частину його. Іноді вантажовідправнику може бути складно заповнити причіп до максимальної місткості, оскільки йому потрібно відправляти частіше або потрібно дотримуватися графіка. Це обмежує вантажовідправників зібрати достатньо продуктів для всього причепа. Завдяки доставці 3PL LTL ваш постачальник послуг об'єднає ваш вантаж із вантажем інших відправників. Таким чином, менеджеру сільськогосподарського підприємства не потрібно платити за невикористаний вантажний простір у причепі, і це допоможе заощадити кошти, сплачуючи лише за використане місце в причепі.

Наявність дрібних поставок. Логістика третьої сторони LTL-доставка є дуже гнучкою та дозволяє вантажовідправникам перевозити невеликий вантаж, а не чекати, доки накопичиться повний причіп вантажу. Такого роду перевага доставки 3PL LTL дозволяє вантажовідправникам частіше перевозити невеликі обсяги вантажу. Він пропонує вантажовідправникам гнучкість для транспортування малих або великих вантажів відповідно до їхніх різноманітних потреб.

Екологічно чистий. Логістика третьої сторони LTL-доставка – це екологічно чистий спосіб транспортування. Замість того, щоб використовувати більше причепів, які перевозять менше їх місткості, цей метод використовує менше причепів, які перевозять повний вантаж. LTL допомагають вантажовідправникам бути більш екологічними, зменшуючи кількість трейлерів і кількість палива, необхідного для доставки. Кооперація щодо використання простору з іншими відправленнями мінімізує вуглецевий слід і сприяє збереженню здоров'я планети.

Зменшення складських витрат. Логістика третьої сторони LTL-доставка може допомогти власнику заощадити фінансові ресурси на персоналі та витрати на склад за рахунок зменшення кількості продуктів, що зберігаються. Оскільки вантажовідправники можуть надсилати вантажі частіше, якщо вони використовують доставку 3PL LTL, це запобігає накопиченню продуктів. Така організація логістичних процесів сприяє збільшенню вільного простору для виробництва, зберігання запасів сировини, готової продукції, розширює ніші складських приміщень сільськогосподарських підприємств.

Список використаних джерел:

1. Matkovskiy P., Kornukh O., Cherep O., Dashko I., Rozhenko O., Cherep A. Strengthening economic security of enterprise on the basis of investing in staff management system. *Academy of Strategic Management Journal*. Volume 21, Special Issue 4, 2022., Pp. 1-10.
2. Полянська А.С., Мартинець В.Б., Кабан О.В. Оптимізація ланцюга постачання на підприємстві в умовах кризових явищ. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2022. Вип. 18(2). С. 112–127.
3. Матковський П.Є., Сас Л.С., Левандівський О.Т. Диджиталізація логістики агропродукції між власником-господарем землі та споживачем у системі контролінгу. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2022. No1 (34). С. 27-30.

СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СФЕРИ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Мацола М.М.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника*

Попадинець Н.Р.

*здобувач першого бакалаврського рівня вищої освіти за спеціальністю 076 Підприємництво
та торгівля*

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Повномасштабне вторгнення росії кардинально змінило ланцюжки поставок товарів у торговельні мережі нашої країни і суттєво вплинуло на всі сфери економіки, в тому числі на роздрібну торгівлю. Станом на листопад 2023 року в Україні діють 37738 компаній, а також 688893 ФОП, які працюють у сфері роздрібно торгівлі. Загальний товарообіг за підсумками 2022 року становив 1,398 трлн грн. Ця сфера, так само як і всі інші сфери в Україні, зазнала певних змін з часу повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну у лютому 2022 року і, зокрема, змінилися система постачання товарів в місця роздрібно торгівлі [1].

Перш за все потрібно зрозуміти, які саме збитки зазнала сфера торгівлі з 2022 року і які це мало наслідки. За даними держстату у довоєнний 2021 рік спостерігалось значне покращення у сфері роздрібно торгівлі: обсяги зросли на 11%. Ця сфера почала відновлюватись після пандемії COVID-19. Цікаво, що у всіх регіонах України на той момент динаміка розвитку сектору роздрібно торгівлі була позитивною, зокрема у січні-березні 2021 року у деяких областях навіть перевищувала середнє значення по Україні. Найбільше зростання на той момент демонстрували Київська, Чернівецька та Чернігівська області [2].

Хороша динаміка відстежувалась і в українських компаніях мережах сфери роздрібно торгівлі. До прикладу, мережа АТБ станом на 2021 рік налічувала 1314 торгових центрів по всій Україні, цей показник був кращим на 9% у порівнянні з 2020 роком. Справи у головного конкурента - Fozzy Group також було все добре станом на 2021 рік: їм належало 714 торгових центрів по всій країні, що було на 16% вище ніж у 2020. З початку повномасштабної війни цей сектор зазнав великих збитків: на початок червня 2022 року вони склали близько 50 млрд грн. [3].

У сфері роздрібно́ї торгівлі за час війни з'явилося багато проблем. По-перше, велика частина підприємств торгівлі втратила своїх виробників і була змушена шукати нових постачальників. По-друге, велика частина логістичних маршрутів були пошкоджені або знищені. Це змусило компанії шукати нові шляхи для постачання. По-третє, в Україні подорожчало пальне, а значить ціна за перевезення товарів збільшилася. І ще одна проблема - блокування портів, проте тут найбільших збитків зазнали в першу чергу експортери. До цього всього можна додати масове переселення українців і втрату роботи багатьма із них. Тому не дивно, що обсяг торгівлі у порівнянні з 2021 роком, у 2022 році знизився на 21,4% [4].

Щоб краще зрозуміти проблеми, які стояли перед роздрібною торгівлею, необхідно розглянути проблеми виробництва, які прямо впливають на сферу роздрібно́ї торгівлі. Перш за все потрібно зазначити, що у 2021 році сфера промислового виробництва показала зростання на 1,9%, а у 2022 році стався обвал на 36,9%. Ще однією проблемою стало те, що велика кількість наших підприємств опинилися у місцях бойових дій і велика частина з них була змушена припинити свою діяльність на певний час, а в деяких випадках виробники були змушені повністю закрити своє виробництво.

Значних збитків за час війни зазнала і харчова промисловість. Так, станом на 2021 рік головними центрами харчової промисловості України були такі міста, як Львів, Тернопіль, Київ, Харків, Дніпро, Запоріжжя, Одеса, Миколаїв, Херсон. Значна частина цих виробничих центрів опинилися біля зони бойових дій, а Херсон взагалі був тимчасово окупований певний час. Схожа тенденція зберігалася в усіх секторах виробництва в нашій країні. Хоча, слід зауважити, що після того, як більша частина цих міст опинилися в безпеці завдяки нашим захисникам, то багато виробництв почали відновлюватися і показують хороші тенденції у 2023 році. Проте, станом на 2022 рік, перед багатьма компаніями роздрібно́ї торгівлі постала дилема: чи зможе виробництво відновитися і коли? Звісно, що у такій ситуації в нашій країні з'явився дефіцит, який був перекритий за рахунок імпорту іноземних товарів. Це демонструє від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі за 2022 рік, яке склало \$11,040 млрд, що є вчетверо більшим ніж у 2021 році. Хоча варто зазначити, що імпорт у 2022 році також впав, хоч і не так сильно як експорт. За десять місяців 2022 року імпорт товарів склав \$44 млрд, що приблизно дорівнює 76,8% імпорту товарів у 2021 році [5].

Ще одним, не менш важливим, сектором для роздрібно́ї торгівлі є сфера транспорту та логістики. Ця сфера впливає не тільки на роздріб, а й на рух товарів в цілому як всередині країни так і на зовнішні ринки. До прикладу в 2023 році в Україні діє 63765 компаній, а також 186478 фізичних осіб підприємців, які працюють у цій сфері. Тим не менш, ринок перевезень чи не найбільше постраждав з часу повномасштабного вторгнення, зокрема зменшилася кількість морських перевезень на 61,6%, а автомобільні перевезення впали на

11,4%. Також не варто забувати і про підвищення цін на пальне, які зробили послугу перевезень значно дорожчою [6].

Незважаючи на ці проблеми цей сектор почав активно видозмінюватися задля відновлення повноцінної роботи. Першим кроком таких змін можна назвати перехід на е-ТТН (електронні товарно-транспортні накладні), які допомогли оптимізувати процес перевезень. Також через блокування портів, були віднайдені нові методи доставки товарів. До прикладу, обмін товарами з Китаєм відбувається за допомогою авіасполучень в Європі., оскільки Китай є для нас важливою в плані імпорту державою, оскільки на нього припадає 15,1% імпорту в Україну [7].

Як підсумок, можна зазначити, що сфера роздрібною торгівлі не була готова до повномасштабного вторгнення і агресії з боку росії, проте підприємці знайшли спосіб стабілізувати ситуацію і продовжити повноцінну роботу. Показовим є те, що практично жодна велика торговельна мережа не закрилася і продовжує вести бізнес, навіть у таких надскладних умовах. Це свідчить про те, що наші підприємці готові до криз та викликів, які можуть спіткати наше суспільство і продовжувати свою роботу, яка в результаті зможе допомогти нашій країні одержати перемогу і покращити економічний стан в країні.

Список використаних джерел:

1. Кашперська А. І. Ринок роздрібною торгівлі України: стан і тенденції розвитку. *Бізнес Інформ*. 2021/ № 4. С. 120–127. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-4-120-127>.
2. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Скільки статків втратили власники Епіцентр, АТБ, ЦУМ Київ, DCH та Амстор за три місяці війни. URL: <https://www.ucsc.org.ua/skolko-sostoyaniya-poteryali-vladelczy-epicentr-atb-czum-kiiev-dch-i-amstor-za-trimesyaczajnyu/>.
4. Пашкуда Тетяна, Анна Афенді. Напрями розвитку торгівлі в Україні в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*, 2022. вип. 43 URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1759/1695>.
5. Вплив війни в Україні на торгівлю та розвиток. URL: <https://unctad.org/fr/news/limpact-de-la-guerre-enukraine-sur-le-commerce-et-le-developpement>
6. Олена Уварова, Марина Саприкіна. Відповідальна поведінка бізнесу в часи війни в Україні. Дослідження контексту. *Програма розвитку ООН*, 2023. URL: <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-10/undp-ua-zvit-vidpovidalna-povedinka-biznesu-v-chasy-viyny-v-ukraini-ukr.pdf>
7. Калюжна Н. Г., Шеремет А. С. Логістична система України: актуальні проблеми та пріоритети відновлення. *Бізнес Інформ*. 2022. №4. С. 90–96. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform2022-4_0-pages-90_96.pdf.

МОДЕЛІ ТОРГОВО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Русин Р.С.

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної кібернетики

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Катрич В.М.

аспірант кафедри економічної кібернетики

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

До російського вторгнення 24 лютого 2022 року Україна була основним торговельним партнером ЄС [1]. Основними товарами, що експортуються з України, є зернові, тваринні та

рослинні жири та олії, насіння олійних культур, залишки та відходи харчової промисловості, їстівні фрукти та горіхи, м'ясо та їстівні м'ясні субпродукти. Основним експортом з ЄС до України є напої, тютюн, молочні продукти, какао, харчові продукти, залишки та відходи харчової промисловості та олійні культури.

Що стосується експорту в ЄС, то Україна постачає майже половину зернових та рослинних олій в ЄС, а також більше чверті м'яса птиці. Що стосується імпорту з ЄС, то Україна купує насіння олійних культур, какао-пасту та порошок, сирий тютюн, смажену каву та чай, а також сигари та сигарети. У світовому експорті агропродовольчої продукції України у 2020 році домінували насіння соняшнику, кукурудза, пшениця та меслін (суміш пшениці та жита).

Вплив війни Росії в Україні на агропродовольчий ринок ще оцінюється. Однак деякі можливі сценарії вже розглядалися, наприклад, щодо зерна та добрив, насіння олійних культур, індексу цін на продовольство і глобальної продовольчої безпеки [2].

Тому формування моделі торгово-економічних відносин між Україною та країнами ЄС, зокрема, для сільськогосподарського сектору, має в сучасних реаліях винятково важливий характер.

Втім оцінка такого впливу неминує бути комплексною і підтвердженою кількісним аналізом та моделюванням, пов'язаним з політикою ЄС. На даний час таку структуру моделювання забезпечує Global Trade Analysis Project (GТАР), який підтримується міжнародним і національним консорціумом агентства. GТАР підтримує та розвиває глобальну базу даних, на основі якої в регіоні будуються *багатогалузеві моделі загальної рівноваги*.

Дані моделі розділяють за двома критеріями:

- 1) моделі, які охоплюють світову торгівлю, і ті, які зосереджуються на Європейському Союзі;
- 2) моделі часткової рівноваги, зосереджені на сільському господарстві та економіці в цілому.

Зосередимось на сільськогосподарських моделях з європейською перспективою, а не на моделях, які мають глобальну перспективу. Зокрема, моделі часткової рівноваги (SPEL) і моделі загальної рівноваги (CAPMAT).

Моделі часткової рівноваги (SPEL).

Секторальна модель виробництва та доходу для сільського господарства (нім. SPEL) розроблена В. Генріхсмайером і групою SPEL при Євростаті Європейської комісії [3]. Цілями моделі є моніторинг та діагностика поточної ситуації в аграрних секторах країн-членів ЄС та коротко- і середньострокові прогнози та моделювання наслідків рішень

аграрної політики. Крім того, модель використовується для перевірки узгодженості сільськогосподарської статистики Євростату. SPEL – це модель часткової рівноваги, яка охоплює пропозицію та попит для 114 первинних сільськогосподарських товарів в 15 країнах-членах ЄС.

Моделі CAPMAT і ЕСАМ

Модель CAPMAT (Common Agricultural Policy Simulation Tool) була розроблена як частина проекту FEA (Future of European Agriculture) трьома інституціями: центром світових харчових досліджень, центральним бюро планування і сільськогосподарським інститутом економічних досліджень. CAPMAT охоплює ЄС-15, спирається на раніше розроблену модель ЕСАМ (European Community Agricultural Model), яка охоплює лише ЄС-9 [4]. Ця модель в основному використовувалася для моделювання політики, головною метою якої є оцінка впливу сільськогосподарської політики, а не прогнозування та/або проєкція змінних.

CAPMAT складається зі спеціальної бази даних, прикладної моделі загальної рівноваги AGE (Applied General Equilibrium) для моделювання загальних середньострокових ефектів і інструменту моделювання та обліку SAT (Simulation and Accounting Tool), який застосовує вибрані фактори росту з AGE-моделі для отримання інформації з бази даних.

ЕСАМ використовується як компонент AGE CAPMAT і містить детальний опис аграрного сектора, але є замкнутою щодо внутрішньої економіки шляхом включення решти економіки напівекзогенний способом.

Модель ЕСАМ має структуру нелінійної програми, і складається з трьох основних частин:

- модулю попиту;
- модулю сільськогосподарського постачання;
- модулю обміну, який врівноважує попит і пропозицію.

ЕСАМ відрізняється від інших моделей AGE через детальне представлення сільськогосподарського постачання, зокрема, через його явне представлення пасовищ та зелених кормів, що не продаються, а також окремо розраховуються співвідношення урожайності та посівних площ (тобто урожайності сільськогосподарських культур на площу).

Інструмент моделювання та обліку (SAT) для ЄС-15 використовує фактори зростання з ЕСАМ (ЄС-9). Модель AGE, як-от ЕСАМ, генерує фактори зростання до 2005 року як ключові змінні. У кожному розглянутому році SAT розраховує вхідний попит, споживацький попит і чистий експорт за державами-членами (враховуючи прогнозу змін запасів). Інший результати включають, наприклад, рахунки постачання та використання за товарами та

країнами, витрати та доходи для кожного виду діяльності за країнами, доходи ферм за країнами та бюджет ЄС. До моделі включено сорок сільськогосподарських товарів, базовим періодом є 1995 рік, і як ЕСАМ, модель є рекурсивно-динамічною. Крім того, САР-політика явно моделюється (імпортні збори, інтервенція цін, експортні субсидії, запаси обсяги, виробництво/квоти, виробник/споживач субсидії/податки, прями перекази).

Підводячи підсумок, можна зазначити, що жодна модель не може служити всім цілям. Результати, отримані в результаті аналізу моделей загальної рівноваги, будуть суттєво відрізнятися від результатів, отриманих при аналізі моделей часткової рівноваги.

Застосування моделі часткової рівноваги (SPEL) для сільськогосподарського сектору та моделей загальної рівноваги для всіх секторів економіки підвищує можливість формування ефективних торгово-економічних відносин між Україною та країнами ЄС.

Список використаних джерел

1. *EU trade relations with Ukraine. Facts, figures and latest developments*. URL: https://policy.trade.ec.europa.eu/eu-trade-relationships-country-and-region/countries-and-regions/ukraine_en
2. Henrichsmeyer W. *Das Konzept des SPEL-Systems: Stand und Perspektiven*, Luxembourg: Eurostat, 1995.
3. *Agenda 2000: Overview of the impact analysis of CAP reform proposals*, Europe Agri, №30, 1998.
4. Folmer C., Keyzer M., Merbis M., Stolwijk H., Veenendaal P., *The Common Agricultural Policy beyond MacSharry Reform*. Amsterdam: North-Holland, 1995.

**Напряг 8. Фінансове та облікове забезпечення підприємництва:
сучасні реалії та перспективи.**

**FINANCIAL SUPPORT FOR THE DEVELOPMENT OF BUSINESS ENTITIES IN
AGRICULTURE IN WARTIME CONDITIONS**

Kravchenko S.A.,

*Sc.D., professor, Leading Researcher of the Department
of Entrepreneurship, Cooperation and Agro-Industrial Integration*

NSC “Institute of Agrarian Economics” NAAS

On November 9, 2023, the Verkhovna Rada of Ukraine adopted the draft Law of Ukraine "On the State Budget of Ukraine for 2024". The main indicators of the document: budget revenues increased by UAH 22 billion and amount to UAH 1.768 trillion; expenditures almost remained the same - UAH 3.35 trillion; the state budget deficit has been reduced by UAH 22 billion, and now it is UAH 1.57 trillion; external borrowing was reduced by \$103.5 billion (from \$42.9 billion to \$41 billion) in order to coordinate with the International Monetary Fund; covered by an increase in domestic borrowings by UAH 81.4 billion; the forecast for real GDP was reduced to 4.6% (in the first reading it was 5%); inflation forecast – 9.7% (in the first reading it was 10.8%); The hryvnia exchange rate is 40.7 UAH/\$ on average for the year (it was 41.4 UAH/\$). About UAH 1 billion is expected for state support of business entities in agriculture, in particular for the following items: support for farms and other manufacturers of products - UAH 796 million from a special fund; Financial support for business entities in agriculture – UAH 205 million from the general fund [1, p. 128].

Since the beginning of 2023, 11.6 thousand Ukrainian business entities in agriculture have received UAH 60.1 billion in bank loans for the development of farms. Under the state program "Affordable Loans 5-7-9%", 9 thousand business entities were financed for UAH 34.8 billion. The largest volume of loans under various programs was received by business entities in agriculture in the following regions: Kyiv region - UAH 11.58 billion allocated for 851 enterprises; Vinnytsia region - UAH 5.5 billion - for 1334; Dnipropetrovsk region - UAH 5.4 billion - for 757; Kirovohrad region - UAH 4.52 billion - for 1586; Odesa region - UAH 4.11 billion - for 1036.

At the beginning of October 2023, 235 entrepreneurs received loans under the government program "Affordable Loans 5-7-9%" for a total of UAH 1.3 billion. Since the beginning of 2023, banks have issued 21 thousand loans to businesses for UAH 75 billion. Since the beginning of the program (February 2020), 74 thousand loans worth UAH 241.9 billion have been issued, the Ministry of Economy of Ukraine said in a statement. Most of all, entrepreneurs took anti-crisis loans - UAH 60.2 billion and for anti-war purposes - UAH 54 billion. UAH 28.1 billion was issued

for refinancing of pre-received loans, UAH 36.7 billion for replenishment of working capital, and UAH 18.9 billion for investment purposes. In addition, farmers received UAH 35 billion of loans to support their activities, trading companies took UAH 4.5 billion of loans to replenish working capital. Most often, enterprises operating in the fields of agriculture (50%) are credited under the program. To date, 45 banks are taking part in the program, the largest number of loans was issued by Privatbank (34.2 thousand), Oschadbank (10.9 thousand) and Raiffeisen Bank Aval (5.4 thousand). At the beginning of 2022, the share of participation of business entities in agriculture in the program was 53%.

The Ministry of Economy of Ukraine continues to accept applications for grants for the development of processing enterprises within the framework of the E-Robota program. The European Bank for Reconstruction and Development (EBRD) is launching strategic cooperation with PrivatBank with a €60 million risk sharing instrument that will support the provision of new €240 million in loans to businesses in agriculture and other critical sectors of Ukraine [2, p. 13].

The guarantee, consisting of two parts, will cover up to 50% of the credit risk on new loans of PrivatBank, but not more than 50% of the portfolio. With the conclusion of this agreement, the total amount of new financing supported by the European Bank for Reconstruction and Development since the beginning of the war has increased to €708 million. At least 80% of the guarantee is provided under the Resilience and Livelihoods Programme, which the European Bank for Reconstruction and Development is implementing for Ukraine and neighbouring countries in response to the Russian invasion of Ukraine and aims to mitigate the economic impact of war by supporting resilience and preserving livelihoods. Up to 20% (€48 million) of risk coverage will be used for loans that will support long-term investments by agricultural business entities in green technologies in accordance with European Union standards. Borrowers who meet the requirements will also receive European Union-funded technical assistance and investment incentives upon completion of their investment projects.

PrivatBank provides preferential financing conditions to business entities in agriculture: thanks to the JCB FINANCE program, JCB equipment becomes more affordable. You can get a loan under a simplified procedure, without unnecessary bureaucracy and by making a quick decision on financing. As part of the JCB FINANCE partnership program from PrivatBank, there is an opportunity to purchase JCB equipment with conditions from 0.01% per annum in hryvnia without the risk of currency fluctuations. According to PrivatBank, the amount of financing depends on the needs and financial condition of the borrower. A simplified model of consideration of applications is adopted with the amount of financing up to UAH 10 million for legal entities and up to UAH 2 million for individual entrepreneurs, provided that there is a sufficient level of solvency, a positive credit history and an impeccable business reputation [3, p. 55].

Borrowers need to submit an application, up-to-date reporting, legal documents and an application to participate in the "Affordable Loans 5-7-9%" program. Consideration of applications from business entities in agriculture from front-line regions is carried out according to the standard algorithm of consideration, since the bank in-depth assessment of the current state of business. PrivatBank does not finance enterprises with a negative credit history and unsatisfactory financial condition. Advantages of the JCB FINANCE program: preferential financing rate from 0.01% per annum; financing in hryvnia without the risk of currency fluctuations; advance payment from 20%; financing term up to 5 years; no hidden fees; An opportunity to get a quick decision due to a simplified analysis of applications.

In 2022-2023, more than 70% of PrivatBank's loan portfolio is dominated by financing of business entities in agriculture. Despite Russia's full-scale invasion, PrivatBank managed to increase the volume of financing through the state guarantee program and the state support program "Affordable Loans 5-7-9%". Thus, the volume of financing of fixed assets in 2021 amounted to UAH 2.3 billion, in 2022 - UAH 2.4 billion. For 10 months of 2023, PrivatBank financed the purchase of equipment for UAH 3.9 billion [4, p. 77].

Oschadbank, together with CLAAS, offers to take advantage of a partnership financing program for the purchase of CLAAS agricultural machinery from official dealers in Ukraine. From October 1, 2023, fans of the German brand will be able to receive financing under the state program "Affordable Loans 5-7-9%" for the entire model range of CLAAS equipment without commissions. The minimum installment on the part of the client is 20%, the loan term is up to 60 months.

The main advantages of the affiliate program: priority consideration of the application and reduced time for making a decision on lending; a simplified list of financial documents for obtaining a decision on lending; preferential interest rate under the state program "Affordable Loans 5-7-9%" without commissions; there are no requirements for appraisal and notarial registration of pledged property for the purchase of new and used equipment; the possibility of receiving part of the reimbursement of the cost of equipment from international donors; Prompt communication with a personal manager at the regional level.

References:

1. Kravchenko S., Malik M., Shpykuliak O., Diuk A. (2023). Adaptive approach in the system of management and marketing research of business entities in agriculture. *Methods of improving the economy, tourism and management* : collective monograph / Andrushchak I., Chudovets V., Rechun O., etc. International Science Group. USA, Boston: Primedia eLaunch, p. 126-136. DOI: 10.46299/ISG.2023.MONO.ECON.1.3.3. URL : <https://isg-konf.com/methods-of-improving-the-economy-tourism-and-management/>.
2. Malik M., Kravchenko S., Diuk A., Malik L., Nechyporenko M. (2023). Development of micro-entrepreneurs in agriculture in wartime conditions. *Ekonomika APK*. 2023. Vol. 31, № 2. p. 10-23. URL : <https://eapk.com.ua/uk/journals/tom-30-2-2023/rozvitok-sub-yektiv-mikropidpriyemstva-u-silskomu-gospodarstvi-v-umovakh-voyennogo-chasu>.
3. Kravchenko S., Malik M., Shpykuliak O., Malik L. (2023). Supporting the development of family farming in wartime conditions. *Scientific directions of research in educational activity* : collection of works. Osaka : Japan, p. 54-56. URL : <https://www.isg-konf.com/uk/scientific-directions-of-research-in-educational-activity/>.

4. Kravchenko S., Malik M., Shpykuliak O. (2023). Ensuring sustainable development of rural households in wartime conditions. *Basics of learning the latest theories and methods* : collection of works. Boston : USA, p. 76-78. URL : https://www.isg-konf.com/uk/basics-of-learning-the-latest-theories-and-methods/?utm_source=eSputnik-promo&utm_medium=email&utm_campaign=UA-Sbornik_materialov_konferencii_dostupen&utm_content=1487908645

DIGITALIZING MANAGEMENT CONTROL UNDER WAR CONDITIONS

*Kuznetsova S.A.,
Doctor of Science in Economics, Full Professor,
HEC Paris, France*

The transformation of business under wartime circumstances raises questions about its difficulty, duration, and cost-effectiveness. These inquiries are pertinent to both the private sector and public institutions, spanning various industries such as manufacturing, metallurgy, FPG, HoReCa, finance and insurance, agriculture, health, and education.

Building upon previous research [1,2,3] and field experiments since 1997 [4,5], the inception of the ERP system for ZAZ Daewoo, a Korean car manufacturer, and successful implementations of ERP, MIS, CRM, and AI-based systems in organizations, effective digital transformation, and information systems (IS) implementation necessitate reliance on two forces: IT and PEOPLE.

To enhance the effectiveness of finance transformation in the digital realm, especially for businesses operating under challenging conditions like wartime, the implementation of four fundamental principles is essential:

1. Logic: Information and business processes must adhere to a clear and logical sequence. This structured approach eliminates unpredictability stemming from human factors and interpretations, enhancing system stability.

2. Coherence: Each element within the system is interconnected, and every action impacts the system as a whole. Modern software usage, clean and structured databases, and comprehensive user training are imperative for maintaining system stability.

3. New Dimension: Avoid the mistake of transposing old rules into the new system. Recognize that a 3D vision differs fundamentally from 2D. For instance, a car operates differently from a carriage, emphasizing the need for a paradigm shift in thinking.

4. Irreversibility of Implementation: Communicate clearly to all members of the organization that ongoing changes should be considered as if they have already occurred. Success hinges on a skilled, innovative project leader functioning as a business architect, supported by a proficient project team, and following a roadmap with a deadline. Any sign of weakness or uncertainty may provoke resistance, necessitating significant efforts to repel opposition.

It is crucial to acknowledge that resistance to change is a deeply ingrained aspect of human nature, as articulated by Paul R. Lawrence in 1969 [6]. Overcoming this resistance requires not just

a conceptual shift but a meticulous reconstruction of individuals' habits, work approaches, and thought processes.

Achieving this transformation necessitates a powerful integration of leadership, systematic decision-making, a strong theoretical foundation, system thinking, an understanding of business specifics, and the ability to communicate complex ideas clearly and concisely avoiding overly complex presentations. This multifaceted approach is essential for navigating the intricate landscape of digital transformation, especially in challenging circumstances such as those posed by wartime conditions.

References

1. Wang, Laura W. & Yin, Huaxiang (2023). The effects of emotion-understanding ability and tournament incentives on supervisors' propensity to acquire subordinate-type information to use in control decisions, *Accounting, Organizations and Society*, Elsevier, vol. 107(C)
2. Keuper, F., & Lueg, K. E. (2015). *Finance bundling and finance transformation*. Wiesbaden, Germany: Springer Gabler.
3. Wamba-Taguimdje, S. L., Fosso Wamba, S., Kala Kamdjoug, J. R., & Tchatchouang Wanko, C. E. (2020). Influence of artificial intelligence (AI) on firm performance: the business value of AI-based transformation projects. *Business Process Management Journal*, 26(7), 1893-1924.
4. Kuznetsova, S. (2011). The transformation of accounting systems in the chaotic economy structuring: The synergetic approach. *Risk and Decision Analysis*, 2(3), 151-160
5. Kuznetsova, S., & Kuznetsov, A. (2016). Financial system, management accounting and control of future: chaos theory and information asymmetry. *Economic Nobel Herald*, 1(9), 129-137
6. Hinchman, L. P., & Hinchman, S. K. (1989). "Deep Ecology" and the Revival of Natural Right. *The Western Political Quarterly*, 42(3), 201-228. <https://doi.org/10.2307/448426>

A SYSTEM OF ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT OF THE COMPANY'S SETTLEMENTS WITH THE INCOME TAX BUDGET

Melnyk K.Y.,

Master's student, specialty 071 Accounting and Taxation,

Demianyshyna O.A.,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance,

Accounting and Economic Security

Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University

The problem of improvement of the tax system is currently very relevant due to the transition of the world society to a new model of innovative economic development, energy-saving production, etc. The correct definition of corporate income tax as an accounting object allows to ensure the generation of reliable and timely accounting and analytical information to disclose business processes and make effective management decisions on economic and financial issues of the enterprise.

The Tax Code of Ukraine (TCU) [1] provides a complete and clear definition of the

concepts of the corporate income tax system, all its elements (taxpayers, object, base, rate, calculation procedure, tax period, payment term and procedure, reporting term and procedure) and reveals the tax mechanism for its collection.

The domestic realities of income taxation have their own history, genesis and peculiarities, and its gradual reform has not yet provided an ideal system of collection, administration and accounting for corporate income tax, so its basic principles require further in-depth research and analysis, certain adjustments and innovations [2].

As an accounting object, corporate income tax is formed on the basis of the reflection in the accounting system of real and contingent facts of economic life related to its accrual and payment [3]. Thus, as noted in, "tax payments are included in the sources of economic assets and form current liabilities, as they are expected to be repaid within one operating cycle or within twelve months from the balance sheet date"[4].

The requirement to recognize corporate income tax expenses (income) in accordance with both accounting and tax legislation indicates the dual nature of corporate income tax as an accounting item, and only its correct definition allows for the generation of reliable analytical and operational information for management needs. With the adoption of the Tax Code [1], there has been a clear convergence of tax accounting for the calculation and payment of income tax with accounting, but certain inaccuracies in the reconciliation of accounting information still need to be resolved. In particular, it is necessary to harmonize common approaches in the accounting regulations (standards) and tax legislation of Ukraine.

In our opinion, a prerequisite for the rational application of the concept of corporate income tax accounting is a full understanding of the essence of accounting procedures for this tax, which, in turn, implies a clear definition of the stages of calculation of the financial result before taxation based on accounting data, as well as the actual knowledge of the content of the concepts of "financial result", "profit", "loss", "income tax".

It is important to note that the issue of the theoretical basis for conducting an audit requires a detailed review, as the Tax Code of Ukraine is constantly being amendments and additions. Therefore, the audit of budget settlements is one of the most of the most difficult areas in audit practice.

Regardless of the type of taxes being audited and the scope of the audit, the auditor, in order to ensure the quality of the audit of taxes and payments should thoroughly familiarize themselves with the audited entity and the main aspects of its activities.

The audit of settlements with the budget on taxes and payments is carried out in the following the following main stages and involves checking:

- the correctness of the taxpayer identification (whether this entity whether a given business entity is actually required to pay certain taxes);

- availability and quality of primary documentation related to determination of the tax base for a particular type of taxes and payments;
- correctness of determination of the tax base, the date of occurrence tax liabilities for a particular type of tax;
- completeness and timeliness of payment of certain types of taxes and payments;
- correctness of the information reflected in the accounts.

Auditor analyzes tax and accounting records, as well as tax reports.

The final stage of the audit involves summarizing the results of the audit, preparing an audit report or other final document, and developing recommendations on taxation issues. Particular attention is paid to notifying the company of tax risks that may arise.

During the audit, attention should be focused on the importance of strict adherence to the tasks set by the auditor at all stages of the audit of taxes and payments, which will improve the effectiveness of the audit. Thus, the audit of taxes and payments is an important necessity today.

The further development of the tax system for business entities should provide for the creation of institutional conditions that will increase taxpayers' trust in fiscal authorities, improve the conditions for business environment and reduce tax pressure and regulatory burden in the in the field of taxation [5].

The key and most promising areas of accounting, control, audit, analysis, reporting and taxation in the near future will be: interaction of accountants with users of accounting information, closer coordination and interaction between accounting and audit activities; consolidation of the regulatory framework; implementation of international standards and recommendations; further deepening of the process of introducing modern information and communication technologies into the practice of accounting, audit, analysis and taxation.

Summarizing, we note that currently the basis for determining the income tax is the financial statements of a business entity. In this case, the basis for the reliable reflection of income tax in the financial statements is the reconciliation of its reflection in tax and accounting based on the formation of a relevant accounting policy of the company for the accrual and payment of this tax.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України: Закон України від 02 груд. 2010 р. №2755-VI (зі змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
2. Скрипник С. В., Боярова О. А., Дем'янишина О. А. Очікування бізнесу від нової системи оподаткування. *Економіка та держава*. 2022. № 1. С. 13–18. DOI: [10.32702/2306-6806.2022.1.13](https://doi.org/10.32702/2306-6806.2022.1.13)
3. Податок на прибуток для сільгоспвиробників 2023. Головбух. URL: <https://www.golovbukh.ua/article/8409-podatok-na-pributok-dlya-slgospvirobnikv-2020>
4. Плахтій Т. Ф. Об'єкти обліку розрахунків за податками відповідно до бухгалтерського та податкового законодавства. Облік і фінанси АПК. 2012. №1. С. 46–51. URL: <http://magazine.faaf.org.ua/ob-ekti-obliku-rozrahunkiv-za-podatkami-vidpovidno-do-buhgalterskogo-ta-podatkovogo-zakonodavstva.html>
5. Дем'янишина О. А. Податкове регулювання діяльності суб'єктів малого підприємництва. Фінансово-кредитний механізм розвитку економіки та соціальної сфери: матеріали II міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (24-25 жовтня 2019 р.), м. Кропивницький / М-во освіти і науки України, Центральноукраїн. нац. техн. ун-т, ф-т обліку та фінансів; [редкол.: О.М. Левченко, Н.С. Шалімова, А.В. Базилук та ін.]. Кропивницький : Ексклюзив-Систем, 2019. С. 50 – 52.

PECULIARITIES OF ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT OF EXPORT-IMPORT
OPERATIONS OF THE ENTERPRISE

*Nypka T. V.,
Master's student, specialty 071 Accounting and Taxation,
Demianyshyna O.A.,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance,
Accounting and Economic Security
Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University*

The export-import activities of Ukrainian trade enterprises have certain specific features under quarantine restrictions, which has a significant impact on the structure of foreign economic activity and the dynamics of quantitative indicators. In the context of restrictions on the trade opportunities of each of the world's countries, the issue of permanent analysis of the transformations taking place in this area of activity is becoming relevant; such research is necessary in the context of determining the current features of trade organization and developing effective mechanisms for maintaining the positive dynamics of foreign economic activity.

Today, the strategic goal of trade enterprises of Ukraine is to achieve a high level of exports of knowledge-intensive innovative products, which should be considered as a tactical measure to ensure sustainable development and achieving success in global markets in the future.

In the context of overcoming the crisis and restoring the dynamics of socio-economic development, it is advisable to adhere to the benchmarks set by the export strategy, as well as to take into account the newly emerging conditions and requirements of the global market. Further export-import activity of domestic business entities should be based on the principles of using an effective system of risk assessment associated with the closure of sales markets and the search for new ones from a set of alternatives, a modern mechanism of financial support for exports (in particular, state export credit, insurance and guarantee), cooperation with partner countries cooperation with partner countries on changes in terms of trade, as well as export promotion knowledge-intensive, high-tech goods and services [1].

Despite the fact that scholars have studied the problems of auditing and analyzing the foreign economic activity of enterprises in depth, the rapid changes in domestic legal and regulatory frameworks and international approaches in the foreign economic sphere, the tendency to consolidate business and conduct it in larger volumes on the basis of interconnectedness of enterprises cause new challenges and risks. For these reasons, there is a need to study this area in more detail to study this area and develop recommendations (new postulates) to improve the audit process, as it is characterized as an area with a high risk of misstatement of financial statements and accounting fraud.

Increased trade in the international market, the existence of offshore zones, and the spread of international business cause an increasing number of additional risks for the withdrawal of national

capital from taxation [2].

Statistics show that in 9 months of 2023, export operations decreased by 17.8% and amounted to \$27144.8 million. On the contrary, imports increased by 19.2% (USD 46547.1 million) [3].

The Ukrainian legislation does not set strict regulations on the definition of entities that are related parties, but instead leaves it to the companies to determine the list of such entities on their own. This approach does not contribute to the effectiveness of both external and internal audits and is not in line with foreign practice in regulating this issue. Since the audit of related companies has certain specifics, for proper control over the activities of such companies it is necessary to establish clear restrictions on the recognition of enterprises as related by the legislation. In order to improve the process of control over foreign economic operations of related companies, it is necessary to develop an individual methodology for implementation of this process, which will include all the peculiarities of this area, which characterized in the additional postulates and will detail the audit methodology.

Specific audit techniques can be divided into several groups. The first of these (actual methods) includes inventory, control launch of raw materials and supplies into production, examination (laboratory analysis), control measurement, obtaining written explanations and certificates. The second group (documentary audit methods) includes substantive verification, formal, arithmetic, mutual verification, counter-verification, control comparison of balances, and restoration of quantitative and summary accounting.

The foreign economic activity of enterprises plays an important role in the development of Ukraine's economy. Accounting and auditing indicators are one of the most important elements in making informed management decisions by enterprises aimed at obtaining the most effective results of financial, economic and foreign economic activities.

Carefully designed technological support of information technology allows not only to successfully solve functional management tasks, but also to conduct analytical and forecasting work for further management decision-making in an interactive mode within the framework of a decision support system for managers and executives of organizations [4].

The use of modern information methods and programs in accounting by an enterprise requires the supervisory authorities to improve the audit based on the use of computer technologies, as well as to develop automated programs for conducting audits of financial and economic activities of enterprises.

In order to improve the documentation of goods accounting in export-import operations, you can use the forms of Reference Information, which will help to carry out: taxation of purchased and taxation of purchased and sold goods, formation of the initial cost of purchased goods from foreign suppliers and the cost of goods sold to foreign buyers. This will help to reduce the time for the

formation and processing of primary documents for the accounting of goods, prevent the possibility of missing any information, as they will document templates with a predefined list of details will be used [5].

Accounting processes underwent certain changes during the war, in particular, the taxation of enterprises. However, the changes in VAT taxation of companies engaged in foreign economic activity affected companies that serve military processes and transport goods for the military. As for ordinary transactions, according to the law, exports are taxed at a 0% rate. Imports are subject to VAT, and the amount of imported goods or services may form a tax credit that reduces tax liabilities. For VAT accounting, it is very important to document transactions. It is also important to take into account the period of occurrence of accounting events related to the shipment of products, receipt of funds for products, accounting for goods in transit, etc. It is also necessary to take into account the peculiarities of accounting for exchange rate differences and currency control.

Список використаних джерел:

1. Петровська С.І., Скрипник С.В., Шепель І.В. Розвиток експортно-імпоротної діяльності торгівельних підприємств в умовах карантинних обмежень. *Наукові перспективи*. 2021. №9(15). С. 306 – 316. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-9\(15\)-306-316](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-9(15)-306-316)
2. Кобзін Б.Г., Дем'янишина О. А. Проблеми та перспективи розвитку обліку зовнішньоекономічної діяльності в Україні. *Менеджмент XXI століття: проблеми і перспективи* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Умань, 18-19 жовтня 2018 р. / Редкол.: Школьник О.О. (відп. ред.) та ін. Умань: Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2018. С. 63 – 65. URL: <http://dspace.udpu.edu.ua:8181/handle/6789/9685>
3. Зовнішньоекономічна діяльність. Сайт Державної служби статистики України. веб-сайт: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Дем'янишина О. А. Сучасні інформаційні технології в обліку зовнішньоекономічної діяльності. *Маркетинг в умовах розвитку цифрових технологій* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, 5 жовтня 2018 року, м. Луцьк, Луцький національний технічний університет. С. 114 – 116. URL: <http://dspace.udpu.edu.ua:8181/handle/6789/9686>
5. Меліхова Т. О., Масленнікова І. А. Удосконалення обліку, оподаткування та аудиту товарів при здійсненні експортно-імпортних операцій для ефективного податкового планування на торговельних підприємствах. *Ефективна економіка*. 2021. №11. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.11.1

NAVIGATING BUSINESS FINANCING IN MODERN TIMES

*By Mariya Pylypiv, PhD
co-Founder & BOD at UpHealth Inc (NYSE: UPH)
Co-CEO and Co-Founder at Opus Exec*

Introduction: In the dynamic landscape of contemporary business, financing stands as a cornerstone for the initiation and growth of enterprises. Entrepreneurs are confronted with pivotal decisions that not only influence their capital structure but also their authority within their

organizations. These decisions often revolve around the choice between equity and debt financing, each presenting its own set of advantages and challenges (Myers, 1984; Smith et al., 2014).

Financing Options by Business Stage:

1. **Startup Stage:** Startups, known for their inherent risk and potential, typically rely on equity financing from founders, friends, and family. Innovative methods like crowdfunding (Belleflamme et al., 2014) offer initial capital without excessive equity dilution. Angel investors and venture capital firms are instrumental in providing not just funds but also expertise and networks. Equity financing is well-suited for startups, offering flexibility without immediate repayment obligations (Cotei & Farhat, 2017).

2. **Growth Stage:** Evolving into the growth stage necessitates a shift in financing needs. Expansion capital, often in the form of venture debt, becomes vital. This phase introduces more structured financial instruments, such as mezzanine financing, bridging debt and equity with flexible repayment terms (Constand et al., 1991; Finance & Leasing Association, 2004; Robinson et al., 2013). Strategic partnerships also play a pivotal role, providing not just capital but collaborative opportunities for business expansion. Managing the financial structure becomes crucial for sustaining growth.

3. **Mature Stage:** Companies at the mature stage, marked by stable growth and profitability, access a wider array of financing options. Public equity, through initial public offerings (IPOs), enables businesses to tap into vast capital markets. Corporate bonds provide a debt solution without equity dilution. Such firms are well-positioned to leverage diverse financing tools to bolster their continued success (Smith, 1988; Kim et al., 2005; Datar et al., 2012).

The 5 C's of Credit Analysis:

Investor assessment of business proposals demands a comprehensive understanding of the factors underpinning their decisions. The 5 C's of credit analysis (Baiden, 2011; Peterdy, 2023), a well-established framework embraced by credit analysts and frequently adopted by equity investors, serves as a fundamental guide in this regard. These five key components encompass:

1. **Character:** Character assesses a business's reputation, credibility, and the competency of its management team in fulfilling commitments. It involves scrutinizing the company's history, operational trajectory, growth patterns, and the capabilities of the management team, including planning, leadership, organizational, and supervisory skills. Assessing the company's ability to deliver on promises is pivotal, underpinning its potential and sustainability.

2. **Capacity:** Capacity evaluates the company's ability to service and repay its debt. This involves a comprehensive analysis of cash flow, encompassing both current and projected levels of operating cash flow generation, as well as the valuation of capital tied up in working capital, like inventories and accounts receivable. Scrutiny of the Statement of Cash Flows, fund sources and utilization, and an examination of cash flow trends are essential. Proficiency in

assessing profitability and growth indicators is imperative, encompassing historical, current, and future factors affecting profitability and the application of various financial indicators like coverage ratios, leverage, profitability, efficiency, and liquidity. Capacity evaluation is indispensable in ascertaining a company's ability to generate sufficient cash for debt repayment and sustainable growth, considering asset utilization, income generation, and short-term obligations.

3. **Collateral:** Collateral concerns assets that a company can pledge as security in case of default. This involves identifying available collateral assets, their location, and selecting the most suitable asset for collateralization. Assets used as collateral may include real estate (land and buildings), working capital (inventories and accounts receivable), and machinery and equipment (production machinery and vehicles). Collateral quality assessment is based on four criteria: marketability, certainty, stability, and transferability. It involves ascertaining the presence of an active secondary market for asset sale, ease of asset valuation, frequency of value fluctuations, and ease of ownership transfer. Evaluating collateral's value is crucial to understand how a company secures its loans in case of default, encompassing an analysis of quality, liquidity, and stability of the assets available and their effectiveness in realization.

4. **Capital:** Capital assessment examines the company's financial structure, specifically the proportion of debt versus equity. A robust capital base signifies financial stability and resilience. Investors and lenders scrutinize a company's capital structure to gauge its financial strength. Additionally, assessing unencumbered assets and potential personal or corporate guarantees can support debt repayment if cash flows diminish.

5. **Conditions:** Conditions pertain to external factors like market trends, economic cycles, and industry-specific risks. Analysts study these conditions to understand their impact on the company's future performance. Evaluating conditions is crucial for assessing external factors that could affect a company's ability to meet its financial obligations. This includes factors like economic cycles, political or technological risks, and industry-specific dynamics that may influence a borrower's cash flow and ability to fulfill obligations.

Conclusion: Securing financing is a vital aspect of business growth, and entrepreneurs must align their financing choices with their specific stage of development. Furthermore, comprehending the 5 C's of credit allows businesses to prepare for assessments by investors, considering character, capacity, capital, collateral, and conditions. By mastering these elements, businesses can make informed financing decisions and enhance their prospects of long-term success.

References:

1. Baiden, J. E. (2011). The 5 C's of Credit in the Lending Industry. Available at SSRN 1872804.
2. Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of business venturing*, 29(5), 585-609.
3. Constand, R. L., Osteryoung, J. S., & Nast, D. A. (1991). Asset-based financing and the determinants of capital structure in the small firm. *Advances in small business finance*, 29-45.

4. Cotei, C., & Farhat, J. (2017). The evolution of financing structure in US startups. *The Journal of Entrepreneurial Finance*, 19(1), 4.
5. Datar, V., Emm, E., & Ince, U. (2012). Going public through the back door: A comparative analysis of SPACs and IPOs. *Banking & Finance Review*, 4(1).
6. Finance, C., & Leasing Association. (2004). Asset-based financing, investment and economic growth in Canada.
7. Kim, W., & Weisbach, M. S. (2005). Do firms go public to raise capital?.
8. Myers, S. C. (1984). The Capital Structure Puzzle. *The Journal of Finance*, 39(3), 575-592.
9. Peterdy K. (2023), Corporate Finance Institute, CFI (2023). "5 C's of Credit".
10. Robinson, A. D., Fert, I., Webb, D. N., Thacher, S., & Bartlett, L. L. P. (2013). *Mezzanine Finance: Overview*. Simpson Thacher & Bartlett LLP.
11. Smith Jr, C. W. (1988). Raising capital: Theory and evidence. *The Investment Banking Handbook*, 11(7), 71.
12. Smith, J. K., & Smith, R. L. (2014). *Entrepreneurial Finance: Strategy, Valuation, and Deal Structure*. Stanford University Press.

СТРАТЕГІЧНЕ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ ЧЕРЕЗ ПРОЦЕСИ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ

Асмолов А.Т.

здобувач вищої освіти, магістр факультету менеджменту

Крайній В. О.

кандидат економічних наук, в.о. доцента

Миколаївський національний аграрний університет (м. Миколаїв Миколаївської області)

У сучасному світі сільське господарство вимагає постійних інновацій та стратегічного управління змінами для забезпечення ефективності, конкурентоспроможності та сталого розвитку. Запровадження та інтеграція нових технологій, методів виробництва та управління стають важливими факторами у підвищенні продуктивності та якості сільського господарства.

Роль інновацій у сільському господарстві вкрай важлива, оскільки вони можуть відігравати ключову роль у підвищенні продуктивності, зменшенні витрат та покращенні якості продукції.

Дослідження та аналіз сучасних інновацій у сільському господарстві та їхній вплив на підвищення продуктивності, зменшення витрат та покращення якості продукції.

Стратегії впровадження інновацій: Вивчення та вибір стратегій впровадження, оцінка їхньої ефективності та адаптація до особливостей сільського господарства. Це може включати в себе пілотні проекти, співпрацю з науково-дослідними установами, впровадження новітніх технологій тощо.

Управління змінами: Розгляд внутрішніх та зовнішніх чинників, що впливають на успішність впровадження інновацій. Це включає аналіз організаційної культури, підготовку персоналу, визначення стратегій комунікації та врегулювання конфліктів під час змін [1].

У контексті впровадження інновацій в сільському господарстві вимагає ретельного розгляду внутрішніх та зовнішніх факторів, що можуть вплинути на успішність та прийняття нововведень. Аспекти управління змінами, які варто враховувати:

1. **Організаційна культура та лідерство:** Ключове значення має розвиток підтримки та сприяння з боку керівництва компанії для прийняття змін.
2. **Підготовка персоналу та залучення співробітників:** Надання персоналу можливості навчання, тренінгів та підтримки є важливим для успішного впровадження інновацій.
3. **Комунікація:** Важливо мати чітку стратегію комунікації, яка охоплює усі рівні організації.
4. **Вирішення конфліктів:** Під час змін можуть виникнути конфлікти через опір, страх або неузгодженість у групах.
5. **Аналіз зовнішніх чинників:** Ретельне вивчення зовнішнього середовища.

Фінансування інноваційних проектів у сільському господарстві: Розгляд аспектів фінансування та пошуку ресурсів для реалізації інновацій, таких як гранти, інвестиції, публічно-приватні партнерства та інші джерела фінансування. [2]

Успішне залучення фінансування для інновацій у сільському господарстві вимагає ретельного планування, пошуку джерел фінансування та підходу до потенційних інвесторів або фінансових установ. Окрім цього, важливо також демонструвати потенційні переваги та соціальний чи економічний вплив інноваційних проектів для залучення інвесторів.

Виклики та перешкоди: Аналіз можливих викликів та перешкод, які можуть виникнути під час впровадження інновацій у сільському господарстві, таких як соціальні, економічні, технічні або правові аспекти.

Розв'язання цих проблем вимагає комплексного підходу, спрямованого на усунення або пом'якшення цих перешкод. Це може включати сприяння соціальному прийняттю, фінансову та технічну підтримку, а також залучення законодавства, спрямованого на підтримку впровадження інновацій у сільському господарстві.

У впровадженні інновацій у сільському господарстві існують різноманітні виклики та перешкоди, які можуть ускладнити процес та вимагають уважного управління. Серед цих факторів варто виділити соціальні, економічні, технічні та правові аспекти. [3]

Для успішного впровадження інновацій в сільському господарстві необхідно спрямовано працювати над усуненням цих викликів та перешкод. Це включає розвиток програм соціальної підтримки, пошук ефективних моделей фінансування, забезпечення доступу до технічної підтримки та навчання, а також сприяння законодавчим ініціативам, спрямованим на сприяння інновацій в сільському господарстві. Лише комплексний підхід і координація зусиль усіх сторін можуть допомогти подолати ці виклики та зробити інновації доступними для розвитку сільського господарства.

Список використаних джерел

1. <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/4753/rozhevaorhideya.pdf>
2. <https://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/38-vosma-vseukrajinska-praktichno-piznavalna-konferentsiya-naukova-dumka-suchasnosti-i-majbutnogo/90-innovatsijna-diyalnist-v-silskomu-gospodarstvi>
3. <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/11029/1/Руденко%20Особливості%20впровадження%20інновацій%20у%20діяльність%20сільськогосподарських%20підприємств.pdf>

ЕФЕКТИВНІСТЬ ОБЛІКОВО – АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ АУДИТУ ПІДПРИЄМСТВ

Вовчук В.І.

Студент кафедри обліку і оподаткування,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Розвиток обліково-аналітичної системи справедливо вважається ключовим питанням з позиції поліпшення результатів діяльності суб'єктів господарювання, адже саме в ній колаборуються дані господарського обліку та накопичується позаоблікова інформація, що в сукупності становлять основу ухвалення виважених управлінських рішень, забезпечуючи відповідними даними поточне, оперативне та стратегічне управління. Існують різноманітні тлумачення поняття «обліково-аналітична система». Значну їх кількість досліджено в праці: [1].

Так, під обліково-аналітичною системою розуміється:

- система, що створюється у результаті формування інформації, джерелами якої є облікові та звітні дані бухгалтерського та інших видів обліку (І. П. Ульянов, Л. В. Попова);
- система, покликана забезпечити інформаційні потреби менеджменту (М. С. Кузьміна);
- синтез обліку, аналізу, планування і контролю (С. Н. Петренко);
- повністю або частково децентралізована система, елементарні системи якої здійснюють збір, обробку та оцінку усіх видів інформації, що необхідна для прийняття управлінських рішень на мікро- і макрорівнях (Л. В. Попова, Б. Г. Маслов, І. А. Маслова);
- комплекс взаємодіючих і взаємозалежних елементів, що забезпечують процес безперервного цілеспрямованого збору, обробки й оцінки інформації, необхідної для планування діяльності, розробки, прийняття й реалізації ефективних управлінських рішень (Л. В. Усадова);
- система, що базується на бухгалтерській інформації, що включає оперативні дані, які використовуються для економічного аналізу статистичної, технічної, соціальної та інших видів інформації (Я. В. Соколов, Є. В. Негашев);
- впорядкована сукупність взаємодіючих, взаємозалежних елементів, що дозволяють сформувати обліково-аналітичне забезпечення бізнесів-процесів комерційної організації за допомогою збору, реєстрації, узагальнення, аналізу інформації й здійснення контрольних дій з метою оцінки ризиків істотного її перекручування; забезпечує реалізацію основних функцій

управління, у тому числі облікової, аналітичної, планування, контролю, мотивації й регулювання для прийняття ефективних рішень на всіх рівнях управління (О. М. Євстафьева);

– система, що включає облікову, аналітичну й контрольну підсистеми, що базується на обліковій і позаобліковій інформації, що дозволяє забезпечити необхідною інформацією не тільки поточне, оперативне, але й стратегічне управління комерційною організацією (Н.Н.Хахонова);

У сучасних умовах цифрової трансформації національної економіки, інформація стає ключовим чинником конкурентоспроможності підприємств. Збір, обробка та узагальнення даних дозволяють отримувати цінне інформаційне наповнення для використання в економічних процесах. Однак цифрове мислення не обмежується лише новими технологіями, оскільки все більше уваги приділяється здатності фахівця оцінювати та аналізувати результати, отримані за допомогою спеціалізованих комп'ютерних програм, та розробляти на їх основі ефективні стратегічні рішення. Таким чином, успішним у майбутньому може стати поєднання технологічних інновацій, таких як блокчейн, штучний інтелект та великі дані, з професійними компетентностями фахівців з обліку і оподаткування. Розвиток бухгалтерського обліку в умовах цифровізації суспільно-економічних відносин пов'язаний із застосуванням інформаційно-технологічних інструментів і технологій, спрямованих на вирішення недоліків існуючої обліково-аналітичної системи.

Намагаючись поліпшити ефективність обліково-аналітичної системи суб'єкта господарювання, важливо робити інформаційне забезпечення управління більш зрозумілим, стислим і релевантним. Рушійною силою в цьому процесі є спроби використати потенціал соціальних, мобільних, хмарних технологій, а також технологій аналізу даних та Інтернету речей. Ці технології, взяті разом, можуть внести трансформаційні зміни в обліково-аналітичну систему, підвищуючи її ефективність та значущість для управлінських процесів. Цифрова модернізація бухгалтерського обліку є ключовим чинником для впровадження сучасних форматів ефективного управління. Цей процес передбачає використання різних ресурсів, таких як матеріально-технічні, інформаційні, людські та фінансові, з метою створення інформаційних систем та інфраструктури, які відповідають визначеним технічним умовам і показникам якості.

Забезпечення концепції сталого розвитку та діджиталізація суспільства призводять до ускладнення внутрішніх та зовнішніх зв'язків у системі, що обумовлює трансформацію до гнучких активно-адаптивних обліково-аналітичних систем [2, с. 85]

Активність гнучких систем обліково-аналітичного забезпечення управління виявляється в здатності активізувати вплив на об'єкт управління та зовнішнє середовище, тоді як адаптивність полягає в зміні елементів системи відповідно до змін зовнішнього

середовища (потреб системи управління) з попереджувальним характером. У контексті цифрової трансформації, формування обліково-аналітичного забезпечення надає бухгалтерам можливість отримувати доступ до даних господарських операцій у реальному часі та контролювати окремі аспекти цих операцій, при цьому уникнувши потреби ведення первинної документації. Це сприяє значному підвищенню достовірності та актуальності бухгалтерської інформації.

Діджиталізація обліково-аналітичного забезпечення призводить до змін в процедурі аудиторської перевірки, забезпечуючи високу якість даних, їх прозорість, довговічність та надійність. Діджиталізація не лише збільшує ефективність збору та обробки бухгалтерських даних, але також впливає на аудит, змінюючи джерела даних про господарські операції та змінюючи спосіб проведення аудиту цих операцій. Прозорість операцій та засобів контролю у реальному часі збільшує потребу у постійному аудиті, скорочуючи час проведення аудиторської перевірки та підвищуючи її якість та точність. Висока якість даних дозволяє автоматично перевіряти значні обсяги інформації, зосереджуючи увагу на більш складних ділянках.

Отже, умови сталого розвитку та діджиталізації суспільства ведуть до трансформації обліково-аналітичного забезпечення як складової управління підприємством. Це включає зростання ролі аудиту, зближення процедур обліку та аудиту, а також зміни самої процедури обліку, такі як впровадження безконтактної ідентифікації активів та перехід до електронного фіксування змін. Важливим аспектом є розвиток аналітичної складової обліково-аналітичного забезпечення для формування прогнозової компоненти. Наукові дослідження мають розглядати місце та роль обліково-аналітичного забезпечення у системі інформаційного забезпечення, як складової управління підприємством.

Список використаних джерел

1. Лень В. Обліково-аналітична система підприємства: обґрунтування визначення, модель. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2016. № 1. С. 281–290.
2. Кононенко Л. В., Юрченко О. В., Гай О. М. Теорія бухгалтерського обліку в умовах становлення глобальної економіки та інформатизації суспільства. Економічний простір. 2021. № 170. С. 83–87. URL: <http://http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/911>

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ПІД ЧАС ВІЙНИ

Звіришин М.Т.,

магістрант спеціальності 051 Економіка (Прикладна економіка)

Ціжма Ю.І.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Досвід формування економічного потенціалу територіальних громад доводить, що забезпечення економічного розвитку громад потребує супроводу повноважень від державних

органів влади до місцевих належними фінансовими ресурсами; відповідності територіальних одиниць визначеним вимогам та умовам розвитку держави; приваблення та залучення інвестиційного потенціалу; забезпечення стабільності внутрішнього розвитку.

Одним із основних повноважень органів місцевого самоврядування є забезпечення місцевого економічного розвитку. Фінансове забезпечення діяльності територіальних громад складається з податкових і неподаткових надходжень; доходів від операцій з капіталом; трансфертів з державного бюджету; коштів Державного фонду регіонального розвитку; коштів Європейського Союзу, місцевого бюджету, який являє собою фонд фінансових ресурсів та є інструментом забезпечення завдань і функцій місцевого рівня (самоврядування)[1].



Рис. 1. Фінансове забезпечення розвитку територіальних громад

Доходи місцевих бюджетів формуються з податкових і неподаткових надходжень, доходів від операцій з капіталом. До місцевих бюджетів громад надходить лише частка деяких загальнодержавних податків і зборів, зокрема, податок на доходи фізичних осіб (ПДФО), податок на прибуток підприємств, рентна плата за використання природних ресурсів, акциз на спирт, алкоголь, тютюн, паливо тощо.

Місцева влада також збирає свої податки і збори, до яких відносяться єдиний податок, податок на майно, земельний податок, збір за місця для паркування і туристичний збір[1]. Їх встановлюють виключно органи місцевого самоврядування на пленарних засіданнях міської ради, тобто саме від місцевих народних обранців залежить, чи буде використовуватися той чи інший податок (збір) на території громади і яким буде його розмір[1].

До неподаткових надходжень місцевого бюджету можна віднести прибутки комунальних підприємств, штрафи, адміністративні збори і платежі або плата за послуги, які надають бюджетні установи. Також до місцевих бюджетів зараховують штрафи за порушення законодавства про працю.

Трансфери з державного бюджету передбачають надходження у вигляді коштів, які збалансовують та вирівнюють фінансову спроможність місцевих бюджетів (дотації та субвенції з державного бюджету).

Субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам надаються на здійснення державних програм соціального захисту; виконання інвестиційних проектів; фінансове забезпечення будівництва, реконструкції, ремонту і утримання автомобільних доріг загального користування місцевого значення, вулиць і доріг комунальної власності у населених пунктах; освітня субвенція; надання державної підтримки особам з особливими освітніми потребами; медична субвенція; фінансування заходів соціально-економічної компенсації ризику населення, яке проживає на території зони спостереження та деякі інші субвенції. [3] До прикладу, кошти можуть надходити на розвиток територіальних громад (ТГ), на підтримку заходів соціально-економічного розвитку окремих територій, будівництво певних спортивних комплексів, створення центрів культурних послуг. Такі субвенції, зазвичай, не є сталими й змінюються щороку та закріплюються в Законі про держбюджет на відповідний рік.

Кошти Державного фонду регіонального розвитку, як фінансової підтримки у вигляді субвенції, на виконання програм і проектів (місцевого самоврядування) згідно із планами соціально-економічного розвитку територій спрямованих на формування конкретної інфраструктури[4]. Зараз така субвенція надається для забезпечення здійснення заходів щодо відновлення соціальної та житлової інфраструктури на територіях, де органи державної влади здійснюють свої повноваження в повному обсязі (підконтрольна Україні територія), метою яких є подолання наслідків збройної агресії російської федерації[3].

Також для розвитку територіальних громад надаються кошти Європейського Союзу за Програмою підтримки секторальної політики в Україні. В Україні розпочалося фінансування проектів регіонального розвитку в рамках секторальної підтримки ЄС. Протягом останніх років були проведені два конкурсних відбори проектів регіонального розвитку[5]. Зокрема, за такими напрямками, як інноваційна економіка та інвестиції; сільський розвиток; розвиток туризму; розвиток людського потенціалу; загальноукраїнська солідарність; підтримка розвитку депресивних територій; ефективне управління регіональним розвитком. Реалізація стартапів-переможців – це ще один напрям потужної державної підтримки розвитку громад та розбудови їхньої інфраструктури[2].

В економічному забезпеченні місцевого економічного розвитку ключовим чинником є саме фінансова складова – місцевий бюджет і джерела його формування, нарощення дохідної частини та пошук резервів надходжень до бюджету, збільшення фінансових ресурсів за рахунок наявних та якісне управління ними. Усі ці фактори здатні забезпечити самодостатність та економічну спроможність громади. Фінансова самодостатність ТГ сприяє

економічній самостійності, що є запорукою ефективного господарського розвитку територій шляхом задоволення інтересів громад і потреб населення в отриманні суспільних послуг. Підвищення рівня фінансової спроможності ТГ вирішується за рахунок нарощення та використання власного економічного потенціалу, стимулювання та підтримки розвитку місцевого бізнесу, сучасних форм господарської діяльності, залучення населення до підприємницької діяльності, створення привабливих умов для інвесторів.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text> (Дата звернення: 07.11.2023).
2. Горіховський М.В., Оганесян В.С., Вознюк С.В. Формування дохідної частини територіальних громад у період війни і повоєнного відновлення (на прикладі Кам'янець-Подільського району Хмельницької області). *Економіка України*. 2023. № 5. С. 66-81.
3. Постанова КМУ від 15 грудня 2021 р. № 1324 Про затвердження Порядку та умов надання субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам на реалізацію проектів у рамках Програми з відновлення України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1324-2021-%D0%BF#Text> (Дата звернення: 08.11.2023).
4. Постанова КМУ від 18 березня 2015 р. № 196 Деякі питання державного фонду регіонального розвитку URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/196-2015-%D0%BF#Text> (Дата звернення: 10.11.2023).
5. Сахно Т. А. Економічне забезпечення діяльності об'єднаних територіальних громад. *БІЗНЕСІНФОРМ* № 1. 2020. С 135-142.

**НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ**

Конєчний Г.,
д.сусп.н., ректор
ВШТІІ Академія Прикладних Наук (м. Познань, Республіка Польща)
Чуницька І.І.,
д.е.н., професор, професор кафедри фінансових ринків та технологій,
Державний податковий університет (м. Ірпінь, Україна)
Колісніченко П.Т.,
д.е.н., проректор з міжнародної співпраці,
ВШТІІ Академія Прикладних Наук (м. Познань, Республіка Польща)

На сучасному етапі розвитку, в період складних кризових явищ, саме соціальному захисту належить провідна роль у економічній системі держави, для виконання покладених на неї функцій у забезпеченні добробуту своїх громадян, захисту від різного роду соціальних ризиків і загроз. Водночас, однією із головних складових ефективного розвитку соціального захисту населення, виступає його фінансове забезпечення.

Найвні проблеми соціального захисту населення на сучасному етапі розвитку повинні вирішуватися не лише через механізм збільшення виділення державних ресурсів, а й за допомогою трансформаційних процесів, що мають безпосереднє відношення до політики доходної частини бюджету. На нашу думку, в довгостроковому періоді, постійне збільшення фінансування з державного бюджету соціального захисту та соціального забезпечення матиме для держави більше негативні наслідки чим позитивні, тому що це може викликати

залежність у незахищених верств населення до коштів, які виділятимуться державою для матеріальної підтримки.

Щоб попередити виникнення такої ситуації, необхідно забезпечити ефективне та правильно налагоджене функціонування системи державного захисту, в свою чергу, це надасть можливість покрокового підвищення рівня соціального забезпечення кожного громадянина, та сприятиме підвищенню економічної активності держави, адже кожна працездатна людина зможе забезпечити себе необхідними для неї соціальними послугами та отримати гідний рівень існування за власний кошт [1].

Система соціального захисту та соціального забезпечення потребує реформування, зокрема в першу чергу в частині ведення соціальної політики, так як це являється одним із першочергових завдань кожної держави. Також варто звернути увагу, що виділення фінансових коштів на видатки соціального захисту відбувається без урахування даних реального рівня соціального становища та доходів населення. На нашу думку, підвищити ефективність та якість надання соціальних послуг, можливо за допомогою гармонізації національних стандартів з європейськими.

За результатами аналізу динаміки та структури видатків з Державного бюджету України [2] на сферу соціального захисту та забезпечення, можна виявити такі основні проблеми у даній сфері в Україні, як:

- виконання неефективного управління виділеними коштами із бюджету головними розпорядниками та відповідними соціальними установами;
- наявні недоліки у здійсненні контролю урядом держави у галузі соціального захисту та соціального забезпечення при використанні бюджетних ресурсів;
- неефективний розподіл фінансових коштів між виплатами на соціальний захист та відповідно видатками на соціальне забезпечення;
- підвищення вартості у наданні соціальних послуг у галузі освіти, культури, охорони здоров'я та інших інститутів;
- недостатній обсяг фінансового забезпечення сфери соціального захисту населення;
- присутність чималої кількості пілг, для яких немає достатнього підтвердження під час розподілу коштів фінансування серед незахищених груп населення країни.

Виходячи з цього, можна виокремити такі можливі напрямки вдосконалення планування бюджетних видатків соціального захисту та соціально забезпечення:

- належний контроль за достатністю фінансового забезпечення що стосуються виконання державних соціальних програм. Тому що, саме за допомогою цих програм відбувається процес реалізації вирішення стратегічно важливих проблем громадян;
- вдосконалення порядку складання процесу бюджетного планування та якісного прогнозування використання коштів бюджету. Це стосується фінансового забезпечення

різних структурних рівнів бюджетів соціального захисту, які обов'язково повинні бути максимально наближені до їх реальних показників;

- перегляд бюджетного нормативно-правового забезпечення, у частині надання соціальних послуг населенню. Для цього доцільно буде переглянути нормативи, що не мають необхідного наукового обґрунтування, проте які слугують базою для здійснення розрахунків видаткової частини державного бюджету на категорію соціального захисту та забезпечення;

- пошук нових та успішно функціонуючих нетрадиційних напрямків, які сприятимуть у вирішенні ключових соціальних проблем населення та допоможуть якісно вдосконалити систему соціального забезпечення;

- скорочення деяких переліків та видів пільг, що допоможе провести дійсно справедливе оцінювання, а також матиме позитивні наслідки для економічного стану держави, шляхом введення перевірки заявника його справжніх доходів при призначенні соціальної державної підтримки;

- впровадження нової схеми фінансового забезпечення, в якому враховувався б зв'язок між обсягами видатків з бюджету та загальними результатами надання соціальних послуг;

- перегляд стану споживчого кошику населення.

На нашу думку, ключовим фактором, що сприятиме підвищенню ефективності використання фінансових ресурсів у соціальній сфері, є насамперед оптимальний розподіл повноважень між рівнями управління у даній галузі. Проте слід розуміти, що наділення регіональних та, зокрема, органів влади місцевого самоврядування додатковими повноваженнями щодо фінансування видатків на соціальний захист без забезпечення їх необхідними джерелами доходів призведе до погіршення стану територіальних бюджетів та недостатності коштів для забезпечення інших, зокрема інвестиційних завдань.

Отже, можемо зробити висновок, що основним напрямом удосконалення бюджетного фінансування сфери соціального захисту має стати, насамперед, посилення відповідальності територіальних органів за використання виділених коштів та їх контроль. Також оптимальне розмежування повноважень щодо здійснення видатків між органами влади всіх рівнів сприятиме їх здійсненню з найбільшою віддачею. Наділення місцевих та регіональних органів влади доходами, достатніми для фінансування покладених на них повноважень, шляхом децентралізації бюджетних коштів, що сприятиме досягненню збалансованості регіональних та місцевих бюджетів. Вирішення проблем соціального захисту вимагає великих фінансових витрат, які неможливо мінімізувати. Як свідчить світовий досвід розвитку та побудови фінансової основи різних систем соціального захисту населення, найбільш ефективними є ті системи, в яких головна роль відводиться державі як головному суб'єкту соціальної сфери. Тільки вирішивши ці питання, можна досягти підвищення

ефективності фінансового забезпечення соціального захисту населення, і як наслідок підвищення якості життя населення.

Список використаних джерел:

1. Гнидюк І. В. Гайдей О. В. Бюджетне фінансування соціального забезпечення в Україні. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки.* 2018. № 4. С. 67-72. URL: [file:///C:/Users/%D0%9D%D0%B0%D1%82%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D1%8F/Downloads/Nvpushk_2018_4_10%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/%D0%9D%D0%B0%D1%82%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D1%8F/Downloads/Nvpushk_2018_4_10%20(2).pdf)
2. Державний веб-портал бюджету для громадян. URL: <https://openbudget.gov.ua/national-budget/expenses?class=functional&view=table>

БАНКІВСЬКІ КРЕДИТНІ ПРОДУКТИ ДЛЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ

Кохан І.В.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів

Гаврилюк Н.Р.

магістр спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Каталізатором економічного зростання в кожній без винятку країні світу є розвиток малого та середнього бізнесу. Банківські кредити дозволяють фінансувати витрати суб'єктів господарювання, пов'язані з придбанням основних фондів, оборотних засобів, задоволенням потреб суб'єктів господарювання, наприклад збільшенням виробничих запасів у зв'язку зі збільшенням або виникненням дебіторської заборгованості тощо. Кредити від банківської установи дозволяють об'єднати всі джерела формування оборотних активів та активно впливати на раціональне формування запасів сировини, матеріалів, готової продукції та інших видів матеріальних цінностей.

На практиці банківські установи дуже неохоче кредитують малий бізнес. Факторами, що обмежують можливість суб'єктів малого бізнесу отримати кредитні кошти, є, по-перше, жорсткі вимоги банківської установи щодо надання гарантій повернення коштів у разі відсутності у суб'єкта господарювання довгострокової кредитної історії, збільшення обсягів виробництва, мобільності капіталу.

Крім того, банківські установи дедалі більше орієнтуються на обслуговування великих корпоративних клієнтів, що суттєво впливає на вартість супутніх фінансових ресурсів малого бізнесу. Для банківської установи співпраця з клієнтами, які отримують кредити меншого розміру (в основному це стосується кредитів для малого бізнесу), маловигідна.

Важливим фактором, що впливає на рішення банківської установи про надання кредиту підприємству, є наявність застави. Сьогодні малі підприємства не можуть виконати свої зобов'язання щодо застави, оскільки вони не мають достатньої застави, яку вони пропонують, є неліквідною. Адже процентні ставки за кредитами настільки високі, що навіть за сприятливих економічних умов повертати їх дуже важко [3, с. 82].

Для отримання кредиту компанії чи ФОП достатньо мати підтверджені доходи та вести діяльність у районі діяльності відділення банку не менше шести місяців. Зазвичай банки дають можливість отримати експрес-кредит до 15 000 доларів США без застави, а термін оформлення в цьому випадку становить максимум три дні. Вимоги до позичальника уніфіковані, а підхід кредитора до позичальників індивідуальний: при прийнятті рішення про кредитування враховується розмір інвестованого капіталу, прозорість бізнесу, якість обліку та звітності, джерела погашення кредиту, його забезпеченість і в цілому. оцінюються перспективи бізнесу. За результатами такого аналізу підприємство належить до тієї чи іншої категорії ризику, який як правило, досить високий [2].

Більшість банківських установ, які працюють з малим бізнесом, скаржаться на труднощі в оцінці кредитоспроможності малого бізнесу через відсутність прозорості у звітності більшості компаній і низьку якість систем забезпечення».

Банки, незважаючи на потужні рекламні декларації про «експрес-кредити» і «скорингові системи» намагаються якомога детальніше «висвітлити» не надто прозорих позичальників, вибираючи серед них найбільш надійних. А скорингова система зазвичай використовується лише при наданні споживчого кредиту. Представники кредитних установ стверджують, що більшість позичальників, оцінених за бальною системою, потрапляють у так звану «сіру зону». В такому випадку однозначно позитивне чи негативне рішення відразу прийняти неможливо, адже системи скорингу можуть дати більш-менш достовірний результат лише на основі багаторічної статистики, якої поки що немає.

Крім того, згідно з емпіричним аналізом, середні процентні ставки за кредитами компаніям мають значний вплив на кредитну ситуацію в Україні. Запуск програми «Доступні кредити 5-7-9%» був покликаний стимулювати ринок кредитування та збільшити обсяги кредитування навіть під час пандемії COVID-19, але на практиці таке кредитування не надто активно надається компаніям. Ця програма дещо змінилася після того, як почалося повномасштабне вторгнення військ російської федерації та уряд запропонував кредитувати компанії, які постраждали від наслідків війни. Особливо активно почали позичати представники агробізнесу для фінансування витрат на посівну та збір врожаю.

Однак у жовтні 2022 року кілька середніх і малих банків припинили роботу за державною програмою “5-7-9%”. Причиною цього є заборгованість держави по відсотках, яка гарантувала виплату частини відсоткової ставки замість позичальника, а тепер не виконує свої зобов'язання вчасно, що й спричинило заборгованість [2]. Інші банки також скаржаться на державні дефолти і тому намагаються не видавати нові кредити під «5-7-9%». «Коригування процентної ставки за програмою 5-7-9% зтягується на кілька місяців, і причини цього зрозумілі. При цьому банки зобов'язані самостійно фінансувати цю заборгованість, що позначається на результатах діяльності.

У разі несплати частини відсотків за програмою «5-7-9%», кредитними договорами передбачено, що банки мають право вимагати від компаній сплати не лише 5%, а всієї базової процентної ставки або 9 % на рік, але від загальної вартості кредиту (без компенсації).

З 24 лютого 2022 року до початку 2023 року видано пільгових кредитів на 76 277 млн грн. При цьому укладено та надано 18265 кредитних договорів. З початку повномасштабної війни банки видали в середньому 4,18 мільйона гривень. Найбільшими кредиторами за програмою «Доступні кредити 5-7-9%» стали АТ «Приватбанк», АТ «Райффайзен Банк», АТ «Ощадбанк», АТ «ПУМБ» та АТ «Укргазбанк», АТ «Укресімбанк».

Крім того, загальна сума кредитів, виданих за програмою пільг за весь час її існування (із 2020 року), склала близько 165,9 млрд грн, що становить майже 15,88% від загального кредитного портфеля станом на середину 2022 року, що не є високим показником, якщо врахувати те, що цей показник показує кредити, видані за весь час, а не поточний кредитний портфель за цими кредитами. Поточна заборгованість за пільговими кредитами становить понад 93,7 млрд грн, що становить 56,48% від загальної суми наданих пільгових кредитів. Це досить високий показник і це ще раз підкреслює проблему високої частки непрацюючих кредитів у банківській системі України.

Список використаних джерел:

1. Основні показники діяльності банків України. Національний банк України. Режим доступу. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#1> (дата звернення: 15.10.2023).
2. Недіючі кредити. Національний банк України. Головна. Глосарій банківської термінології. Режим доступу. URL: https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=123459 (дата звернення: 16.10.2023)
3. Коваленко В.В. Кредитна діяльність банків України: проблеми та перспективи розвитку. монографія. Одеса: «Атлант», 2015. 217 с.

ПЕРСПЕКТИВИ ВІДНОВЛЕННЯ ІНФРАСТРУКТУРНИХ ОБ'ЄКТІВ ЖИТЛОВОГО ФОНДУ, ЗРУЙНОВАНИХ ВНАСЛІДОК ВІЙНИ

Кохан І.В.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів

Петрів В.І.,

магістр спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Терористична війна росії проти України, через яку були зруйновані тисячі об'єктів цивільної та критичної інфраструктури, ставить перед Україною ще одне важливе завдання – необхідно пройти не тільки тяжкий шлях до перемоги, а й шлях післявоєнного відновлення. Більш того, навіть зараз, під час війни, необхідно оцінити втрати і спланувати, як буде відбуватися відновлення, скільки для цього буде потрібно фінансів та механізм залучення коштів.

У 2022 році воєнний напад РФ за підтримки Білорусі в Україну спричинив значні безповоротні втрати, проте найбільш жакливим є те, що з перших днів вторгнення російських військ в Україну під обстріли та авіаудари потрапляють мирні громадяни, автомобілі швидкої допомоги, дитячі будинки, лікарні та житлові райони. Здійснюється свідоме руйнування об'єктів критичної інфраструктури, мостів, доріг, підприємств, сховища паливно-мастильних матеріалів, продовольчі склади.

Загальна сума прямих задокументованих збитків завданих житловій та нежитловій нерухомості, іншій інфраструктурі станом на 1 вересня 2022 року становила понад 127,0 млрд. доларів. Значна частка у загальному обсязі прямих втрат належить житловим будівлям – 39,7% або 50,5 млрд доларів та інфраструктурі – 27,7% або 35,3 млрд. доларів.

Станом на 1 вересня 2022 року, за даними обласних військових адміністрацій, загальна кількість зруйнованих або пошкоджених об'єктів житлового фонду становить близько 135,8 тис. будівель, з них 119,9 тис. – приватних будинків; 15,6 тис. – багатоквартирних будинків; 0,2 тис. – гуртожитків.

Площа пошкоджених та зруйнованих об'єктів становить 74,1 млн кв. м 2, що становить 7,3 % від загальної площі житлового фонду України. Так, пошкоджено або зруйновано житло близько 1,2 млн домогосподарств (близько 3 млн осіб). Катастрофічних руйнувань зазнав житловий фонд таких міст, як Маріуполь, Харків, Чернігів, Сєверодонецьк, Рубіжне, Лисичанськ, Попасна, Ізюм та Волноваха. Окрім великої кількості житла, у переліку пошкоджених, зруйнованих чи захоплених об'єктів знаходиться значна кількість інфраструктурних об'єктів, а саме: 1270 шкіл, 786 дитсадків, 978 медичних закладів, 616 адміністративних будівель, 412 підприємств, 2910 торгових точок, 315 мостів. і шляхопроводів. Важливою умовою для подальшої реконструкції та відновлення інфраструктури міст є очищення територій від мін та інших вибухонебезпечних предметів та термінове відновлення критичної інфраструктури на звільнених територіях [3].

Очевидно, що на територіях, на яких велись бойові дії і піддаються бомбардуванню сьогодні, втрати житлового фонду є найбільшими і до закінчення війни продовжують зростати. Тільки, у Харкові, за місяць війни зруйновано 972 будівлі, а за два – 1929 будинків.

Тільки на квітень 2022 р., за оцінками профільних міністерств та експертів, понад 2 млн осіб, вимушені були переселитися до інших регіонів, потребуючи доступу до постійного місця проживання. Якщо розраховувати квартиру в середньому на 3,5 людини, тоді держава повинна надати практично 600 тис. Квартир, що рівноцінно 33,7 млн м2. У довоєнний період в Україні щороку будували в середньому 6 млн м2, відповідно якщо залишити попередні темпи будівництва, тоді державі знадобиться 5-6 років на забезпечення потреби у житлі осіб, що покинули власне житло. Проте, в результаті ведення бойових дій та обстрілів, щодня додаються нові, руйнування та їхня чисельність щодня збільшується [2; 3].

Розуміючи довгостроковість та високу сукупну вартість проекту із забезпечення внутрішньо переміщених осіб постійним житлом, уряд вирішив акцентуватися на двох напрямках: придбання квартир та нове будівництво. Незважаючи на варіативність підходу, за 8 місяців 2022 року держава планує вирішити проблему доступу до житла лише для 8,86% від загальної кількості тих, хто його потребував на початок травня: 3,86% – за рахунок викупу готових квартир від забудовника та 5% – за рахунок новобудови.

Таким чином, для забезпечення потреби у житлі 185,9 тис. переселенців до кінця 2022 року, шляхом надання близько 53,4 тис. квартир, держава має профінансувати понад 68,9 млрд грн або 4,33% від загальних видатків довоєнного державного бюджету. Якщо змоделювати ситуацію, залишивши незмінними загальну кількість людей, які потребують постійного житла, і поточну вартість квартир, то державі знадобиться більше 10 років і понад 689 млрд грн, щоб вирішити житлову проблему в тому вигляді, станом на квітень 2022 року [2].

До початку війни п'ята частина домогосподарств не мала змоги винайняти житло, навіть якби витрачала всі свої ресурси, а у разі якщо війна триватиме відповідно, кількість зазначених сімей збільшиться при оптимістичних розрахунках – двічі. У довоєнний період 3,3% громадян не змогли вирішити проблему купівлею житла, а з війною їх частка збільшилася втричі.

Для придбання житла потенційній переміщеній особі в середньому знадобиться 12,5 років. Найбільш спроможними придбати житло в безпечному регіоні будуть переселенці з Одеської області, а найменше – потенційні переселенці з Херсонської області.

Також, існує потреба у створенні механізмів відтворення будівель у післявоєнний період, що реалізується через грошово-кредитну та амортизаційну політику, бюджетну політику, податкове законодавство, визначення умови діяльності іноземних інвесторів, розуміння принципів та основ роботи інститутів спільного інвестування, платформ фандрейзингу, кредитних спілок, компаній з управління активами тощо.

Відбудова будівель і споруд у повоєнний період потребує забезпечення її ефективної організаційної структури. Тому інституційне середовище впливає на всіх його учасників через взаємопов'язаних економічних агентів різних галузей.

Список використаних джерел:

1. Інформація про результати державної програми «Доступна іпотека 7%». URL: <https://bdf.gov.ua/uk/informaciya-pro-rezultatiderzhavnoprogrami-dostupna-ipoteka-7> (дата звернення: 25.10.2023 р.).
2. Про іпотечне кредитування. Фінансова стабільність. URL: <https://bank.gov.ua/ua/stability/mortgage> (дата звернення: 26.10.2023 р.).
3. Програма доступної іпотеки «Оселя» запрацювала в тестовому режимі. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/prohrama-dostupnoi-ipoteku-https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-1> ieoselia-zapratsiuvala-v-testovomu-rezhymi (дата звернення: 27.10.2023 р.).
4. Результати анкетування банків про кредити, надані фізичним особам на купівлю, будівництво та реконструкцію нерухомості під заставу нерухомості з 2022 роком. Про іпотечне кредитування. URL:

УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ У БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ

Крайній В.О.,
*кандидат економічних наук, в.о. доцента кафедри економічної кібернетики,
комп'ютерних наук та інформаційних технологій,*
Миколаївський національний аграрний університет
Агафонов А.О.,
магістрант,
Миколаївський національний аграрний університет

Сучасний світ швидко змінюється під впливом нових викликів. Щоб бути конкурентним у надзвичайно динамічному середовищі, компанії змушені постійно трансформувати власні стратегії, системи та структури управління, аби якомога ефективніше адаптувати всі процеси до нових змін. Найважливішим та найціннішим ресурсом цього перетворення є кваліфікований персонал, який завдяки своїм знанням, вмінням, кваліфікації здатен створювати конкурентоспроможні ідеї, імідж підприємству і відповідно позитивний кінцевий результат. Однак персонал має бути зацікавлений до продуктивної та ефективної роботи. В такому випадку в нагоді стає мотивація та стимулювання праці працівників. При цьому важливо, щоб винагорода за виконану роботу була справедливою.

Особливо спрацьовують матеріальні стимули. Оплата праці виступає одним із важливих факторів матеріального стимулювання працівників. Вона відіграє значну роль у розвитку всіх сфер діяльності та складається з основної заробітної плати, додаткової оплати праці, інших заохочувальних та компенсаційних виплат.

Згідно Закону України «Про оплату праці» основна заробітна плата – це винагорода за виконану роботу відповідно до встановлених норм праці (норми часу, виробітку, обслуговування, посадові обов'язки). Вона встановлюється у вигляді тарифних ставок (окладів) і відрядних розцінок для робітників та посадових окладів для службовців. [1]

Додаткова заробітна плата – це винагорода за працю понад установлені норми, за трудові успіхи та винахідливість і за особливі умови праці. Вона включає доплати, надбавки, гарантійні і компенсаційні виплати, передбачені чинним законодавством; премії, пов'язані з виконанням виробничих завдань і функцій.

Інші заохочувальні та компенсаційні виплати – це виплати у формі винагород за підсумками роботи за рік, премії за спеціальними системами і положеннями, виплати в рамках грантів, компенсаційні та інші грошові та матеріальні виплати, які не передбачені актами чинного законодавства або які провадяться понад встановлені зазначеними актами норми.

Сутність заробітної плати має двояку природу. З одного боку вона є головним джерелом доходів працівників та підвищення їх життєвого рівня, тобто показником добробуту суспільства в цілому, а з іншого – основним механізмом матеріального стимулювання росту та підвищення продуктивності праці на користь підприємства, тобто показником соціально-економічного розвитку країни в цілому. [2]

На перший погляд взаємовигідна ситуація. Але це складне явище, адже для роботодавця оплата праці виступає витратами виробництва, які, зазвичай, він намагається мінімізувати, а для працівника – доходом, який він, відповідно, намагається максимізувати, домовляючись про достатньо високий рівень оплати праці. При цьому потрібно обов'язково пам'ятати, що економія зі сторони підприємства має бути розумною, адже працівник, який отримує мінімальну заробітну плату, не зацікавлений працювати тільки на результат для компанії, що має негативні наслідки. В той же час підвищення оплати праці теж потрібно вводити зважено та відповідально, прораховуючи ефективність такого кроку. Для отримання прибутку потрібно, щоб темпи росту продуктивності праці були більші від темпів росту оплати праці. Адже коли цей принцип не дотримується, тоді йде перевитрачання фонду заробітної плати, що призводить до зменшення прибутку. Також варто тонко та вміло продумувати механізми підвищення винагород за виконану роботу, щоб якнайкраще мотивувати працівників, так як систему мотивації потрібно постійно пристосовувати до нових умов існування, при цьому орієнтуючись на нові можливості та цілі. Важливо, щоб винагороди були пов'язані більшою мірою з трудовою діяльністю працівника, а не з іншими факторами, такими, як службовий статус, стаж роботи, соціальний статус тощо. Якщо цієї умови не дотримуватися, то формується мотивація не ефективної роботи, а просування по службі, формування соціального статусу та інше, що не обов'язково передбачає високу трудову активність. Результатом такого стимулювання часто стає не робота на результат, а «відсиджування» певних годин на робочому місці й удавання бурхливої діяльності.

Для прикладу, у банківській сфері оплата праці складається з декількох частин. Одна частина пов'язана з певною посадою виконанням посадових обов'язків. Друга – може визначатися особистими характеристиками працівника (освіта, досвід роботи, певні вміння) і виступати у вигляді доплат. Третя – безпосередньо пов'язана з колективними або індивідуальними результатами роботи і найчастіше виступає у вигляді премій. Співвідношення між цими частинами може бути різним залежно від того, яку мету ставить перед собою банківський менеджмент.

Чим більша питома вага першого елемента, тим вище значення має ретельне виконання службових обов'язків. Основними мотивуючими факторами тут виступають розмір посадового окладу та можливість просуватися по службі. Висока питома вага другого

елемента стимулює підвищення кваліфікації, постійну працю в одній банківській установі. Висока питома вага третього елемента спрямовує персонал на кінцеві результати роботи.

Коли мова йде про оцінку ефективності системи винагород персоналу, слід враховувати фактор комплексності цієї системи. Ефективність цієї системи визначається тим, наскільки повно залучені та використані всі фактори, що мотивують персонал.

Це можуть бути доплати за якісні показники роботи пов'язані з клієнтами (кількість обслугованих клієнтів, обсяг вкладів та дохід, отриманий на основі цього банком) та премії за результатами роботи на кінець звітного періоду. Наступним елементом системи матеріальної винагороди є різні види пільг. Це можуть бути надання позик на пільгових умовах; відкриття депозитних рахунків на пільгових умовах; надання додаткової оплачуваної відпустки; оплата проїзду, харчування, лікування, відпочинку, навчання, проживання; безкоштовні юридичні послуги; страхування (життя, здоров'я тощо); оплата придбання житла, машин та іншого або надання пільгових послуг для цього; оплата навчання дітей, сімейного відпочинку та іншого.

Звичайно кожен банк самостійно вирішує, які саме пільги і кому надавати. Як правило, більшість з них надаються не усім працівникам банку і носять вибіркового характеру. Тому вони несуть додаткове мотиваційне навантаження. [3]

На теперішній час, у зв'язку з тривалими воєнними діями в Україні, багато процесів зазнало змін. Це стосується і кількості та розміру пільг, які значно зменшилися.

Підводячи підсумок, основними принципами організації ефективної системи оплати праці на підприємстві є: заробітна плата повинна відповідати ціні робочої сили; заробітна плата повинна залежати від якості та кількості, від кінцевого результату роботи; забезпечити перевагу у оплаті праці робітникам, які мають більший внесок у кінцевий результат роботи підприємства; удосконалення тарифної системи і нормування праці; поєднання індивідуальних інтересів з колективними інтересами; відповідальність керівника підприємства за порушення законодавства про оплату праці.

Отже, у конкурентній боротьбі матимуть шанс на виживання тільки ті підприємства, для яких організація ефективної оплати праці буде пріоритетною справою. Це дає впевненість у правильному векторі руху компанії та зацікавленості працівників у роботі на позитивний результат.

Список використаних джерел:

1. ЗУ «Про оплату праці» [Електронний ресурс]. — Режим доступу до джерела: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Процевський О. І. Визначення права на заробітну плату. Юридичний вісник України. 2008. №1-2. С. 16-18.
3. Циганова Н.В. Система мотивації банківського персоналу: проблеми оцінки та удосконалення // Банківська справа. - 1999.- № 3.- С. 61-63.

ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ: СТАН ТА НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ

Левандівський О.Т.

д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів

Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

Цісик В.Б.

здобувач освітнього рівня магістр економічного факультету

Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

Вступ. Необхідним фактором розвитку економіки країни вважають підвищення активної діяльності інвесторів у межах держави та підтримку іноземних інвесторів, примноження інвестиційних запасів та їх правильне використання. Тому, вважаємо, що актуальним є оцінка напрямів підвищення ефективності застосування інвестиційних ресурсів та створення пропозицій щодо поліпшення інвестиційної діяльності, адже їх використання завжди матиме вагомое значення на шляху України до євроінтеграції та розвитку вітчизняного інвестування.

Банки повинні забезпечувати ефективну діяльність та управління фінансовими джерелами. Для цього їх завданням є вкладення власних та залучених ресурсів, використовуючи кошти населення та спрямовуючи їх на ринок цінних паперів. Тим самим, як члени фондового ринку, банки збільшують ефективність як власної інвестиційної діяльності, завдяки випуску та розміщенню власних цінних паперів та здійсненню фінансового посередництва, так і підвищують рівень розвитку національної економіки.

У кризові для України 2020-2023 роки, спостерігається чимала кількість ситуацій, що вплинули на економіку країни, серед яких коронавірусна інфекція COVID-19 та повномасштабне вторгнення російської армії на нашу територію.

Як результат, необхідним є дослідження інвестиційної діяльності комерційних банків з усіх сторін та аналіз їх стану на сьогодні, адже проблемою є як неповноцінне використання банками нових інвестиційних продуктів, так і управління інвестиційною діяльністю в цілому.

Результати дослідження. Ефективна інвестиційна діяльність комерційних банків сприяє підвищенню їх конкурентоспроможності та диверсифікації ризиків, значно збільшує різноманіття банківських послуг тощо.

Автори Вахрін П.І. та Нешитой О.С. вважають, що «інвестиції – довгострокові вкладення грошових коштів та іншого капіталу у власній країні або за кордоном у підприємства різних галузей, підприємницькі проекти, соціально- економічні програми, інноваційні проекти з метою отримання доходу або досягнення іншого корисного ефекту»[5].

З цим визначенням можна погодитись, адже з одного боку, банки використовують інвестиційні ресурси для збільшення власної дохідності, проте з іншого, вкладення коштів

банку сприятиме соціально- економічному розвитку населення за рахунок підтримки як соціальних, так і інноваційних моментів. Думки інших авторів також часто сходяться, адже усі вони прирівнюють поняття «інвестиції» та «капітальні вкладення» через бажання отримання більшого прибутку банками, проте з іншого боку, вважається, що капітальні вкладення є саме складовою інвестицій, а інвестиції в свою чергу можуть зосереджуватись не лише на примноженні капіталу, а й підтримці різноманітних проектів та досягненні соціального ефекту.

Важливими цілями інвестиційної діяльності банківських установ вважаються утримання та примноження капіталу банку, збільшення різноманіття продуктів та послуг задля покращення репутації, збільшення рівня інвестиційної політики, реалізація якої окреслює відбір необхідних банку видів інвестування, враховуючи усі можливі фактори впливу на банківську інвестиційну діяльність.

Відштовхуючись від цього, інвестиційна політика є комплексом заходів на рахунок формування та менеджменту інвестиційною діяльністю, що направлені на забезпечення чималих обсягів та складу інвестиційних активів, примноження їх прибутковості при задовільному рівні ризиків.

Для оцінки банківської інвестиційної діяльності України було обрано один з найперших та найбільших українських комерційних банків АТ «ТАСКОМБАНК», який вважається системно важливим, тобто коли банк займає важливу частку на банківському ринку і банкрутство якого може дестабілізувати фінансову систему країни.

Дослідивши звітність банку [3] станом на початок 2023 року, інвестиції в цінні папери, які обліковуються за амортизованою вартістю, з боку короткострокових депозитних сертифікатів Національного банку України, повинні були погашеними впродовж січня 2023 року у всій сумі 8 510 712 тис. грн., тому є достатньо ліквідними. Усього інвестицій банку у 2021 році нараховано 10 345 541 тис. грн. та у 2022 році - 10 087 234 тис. грн.

На 31 грудня 2022 та 2021 років державні облігації та депозитні сертифікати НБУ - непрострочені і незнецінені.

Необхідною задачею для банку є розробка цікавих інвестиційних програм для фізичних осіб, так як тоді потенційно формується фінансовий потенціал через зростання ресурсної бази і з'являються нові можливості для інвестування та кредитування економіки.

Інвестиційний клімат української економіки на міжнародному рівні є порівняно низьким, проте інтерес до вітчизняних банків як до ймовірних інвесторів з часом збільшується, а отже важливим завданням щодо співробітництва банківських установ України з міжнародними організаціями є їх інвестиційна діяльність. Банки повинні ефективно диверсифікувати банківські операції, зосередившись на збільшенні банківських інвестицій та визначенні необхідного рівня ліквідності, з чого випливає, що суттєвою

задачею є виокремлення напрямків інвестування та комплектація інвестиційного портфеля, збільшуючи перелік цінних паперів, які може використовувати банк.

Зараз, за рахунок того, що інвестиційна діяльність є взаємопов'язаною з становищем ринку фінансів, монетарною політикою та мінливістю світових фінансів, проблемним питанням є зменшення грошових ресурсів на тлі повномасштабного вторгнення російської армії в Україну та зниження економічної активності країни, що власне є важливим інструментом з приводу підтримки інвестиційного процесу. За минулі 2 роки, країна зазнала колосальну кількість як людських, так і фінансових втрат, тому інвестиційні процеси, за рахунок того, яким чином вони впливають на збільшення макроекономічних показників розвитку, є вагомим фактором щодо його пришвидшення та відновлення економіки країни та інвестиційної діяльності.

Тим самим, для покращення рівня інвестиційної діяльності банкам варто запровадити або покращити систему гарантування для формування страхових резервних фондів щодо покриття інвестиційних та кредитних ризиків та гарантування вкладів населення, що збільшить довіру до банку; розробляти ефективну інвестиційну стратегію тощо. Важливим завданням є також зниження податкових ставок для тих банківських установ, які вкладають кошти у розвиток наукової діяльності та інновацій та поліпшити умови страхування від ризиків, що пов'язані з інвестиціями. При впровадженні нових інноваційних послуг та продуктів, банк зможе оптимізувати кредитно-інвестиційні потоки.

Тоді ж, серед завдань для покращення інвестиційної діяльності банку є здійснення оцінки інвестиційної привабливості акцій при виборі об'єктів інвестування та для ефективного інвестування в обрані цінні папери. Сюди ж відносять покращення судової системи та проведення реформи, що могла б значно вплинути на розвиток інвестиційного клімату країни, за рахунок збільшення довіри іноземних інвесторів та захисту їх інтересів шляхом неупереджених судових рішень.

Варто також додати, що на фондовому ринку України недостатньо високий платоспроможний попит, адже й надалі відбуваються такі випадки втрати населенням власних інвестованих коштів, відповідно до чого зменшується рівень довіри до банків країни, що у результаті зменшує саме рівень інвестування власних коштів, адже наявність потенційних інвесторів дасть змогу підвищити банку обсяги власного капіталу та банківських ресурсів для кредитів та інвестицій.

Важливим є вкладення інвесторами коштів не лише в ОВДП, а й у реальний сектор економіки, для того, щоб не зменшувати можливість бізнесу отримувати чималі кошти від інвесторів. Інвестиційна діяльність банку так само включає в себе контроль за рівнем показників діяльності та вираховує відхилення від очікуваних результатів, тому контроль та здійснення інвестиційної діяльності тісно пов'язані між собою.

Проте, основним напрямом підвищення рівня інвестиційної діяльності банківських установ можна вважати уникнення інвестиційних ризиків шляхом постійного моніторингу та проведення їх оцінки та інших заходів щодо їх мінімізації.

Висновок. У процесі дослідження було розкрито те, що інвестиційна діяльність відіграє вагомое значення для банківських установ та економіки країни в загальному і саме банківські інвестиції є гарантією розвитку кожного банку. А точніше, поняття «інвестиційна діяльність» - це «інвестиції у сферу економічних проектів (промисловість, транспорт, будівництво тощо), інвестиції у цінні папери та інвестиції у передові технології та у виробничу й нематеріальну сферу (мистецтво, навчання тощо)[1]».

Тож в інвестиційній діяльності банків постійно присутні різноманітні ризики, що часто пов'язані зі зниженням ліквідності та прибутковості банку та інших важливих показників, що можуть негативно, а інколи й критично, впливати на інвестиційну діяльність банківської установи. Тому, вважається, що одним з важливих способів покращення здійснення інвестиційної діяльності є збільшення платоспроможності попиту на фондовому ринку, чіткий ризик-менеджмент, постійне зменшення ризиків та їх усунення.

Узагальнюючи отримані результати, було визначено декілька універсальних рекомендацій щодо підвищення інвестиційної діяльності банків, в тому числі і для АТ «ТАСКОМБАНК».

Список використаних джерел

1. Васюренко О.В. Банківський менеджмент: навч. посіб. / О.В. Васюренко. — К.: Вид. центр «Академія», 2001. — 320 с.
2. Закон України «Про інвестиційну діяльність». – Відомості Верховної Ради України № 47. – 19.11.1991.
3. Звітність АТ «ТАСКОМБАНК».
URL: https://tascombank.ua/files/Richnyi_zvit_TASKOMBANK_2022.pdf
4. Мурай, В.С. Державне регулювання інвестиційної діяльності в Україні: стан та шляхи вдосконалення [Текст] / В.С. Мурай; наук. кер. Г.В. Салтикова // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 27 травня 2015 р. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, М.М. Петрушенка. - Суми : СумДУ, 2015. - С. 143-144.
5. Шут С.О. Інвестиції: сучасний підхід до трактування економічної сутності категорії. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. С. 222-225.

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ЦІНОУТВОРЕННЯ ЕНЕРГОПОСТАЧАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Максимів Ю.В.,

кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і оподаткування ;

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Семенців А. Я.,

аспірант спеціальності 071 “Облік і оподаткування”

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Енергопостачальні підприємства стикаються з низкою проблем ціноутворення, що зумовлено характерною для виду діяльності структурою ціни (вартість самого товару (електричної енергії) та вартість супутньої послуги, яка є невіддільною частиною цього

товару) та впливом державного регулювання. Формування ціни на електричну енергію енергопостачальних компаній як суб'єктів природних монополій однозначно повинна підлягати регулюванню, але як слушно зазначає Левицька І.О. [1, с.1] таке регулювання в цілому та діяльності енергопостачальних компаній зокрема має бути науково обґрунтованим та економічно виваженим.

Різні аспекти проблем здійснення господарської діяльності енергопостачальних компаній вивчали такі вчені-економісти як Антоненко О.Б., Домбровська Г.П., Кальченко В.М., Карандакова І.Г., Косар Н.С., Левицький Ю.А., Левицька І.О., Мельничук Л.М., Письменна У.Є., Макарова М.В. та інші. Але з огляду на суттєвий вплив нормативно-правових актів та змін на ринку електричної енергії, залишаються невирішеними багато проблем, зокрема й ті, що стосуються ціноутворення.

Постановою Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг (далі - НКРЕКП) № 1788 від 21.12.2022 р. [2] впродовж 2023 р. затверджено триразове зростання супутньої послуги, що входить у вартість електричної енергії – послуги з передачі електричної енергії НЕК “Укренерго”. Тож, учасники цього процесу стикнулися з ситуацією, коли в усі договори закупівлі електричної енергії протягом 2023 року тричі було внесено зміни в частині зміни цієї супутньої послуги в ціні товару (тариф змінено з січня, з квітня та з липня 2023 року).

Також, НКРЕКП прийнято Постанову № 1126 від 27.06.2023 **“Про встановлення граничних цін на ринку “на добу наперед”, внутрішньодобовому ринку та балансуєчому ринку”** [3], якою було значно підвищено граничні ціни на сегментах ринку електричної енергії, що диференційовані за періодами часу (для годин максимального та мінімального навантаження). Це призвело до зростання вартості самого товару (електричної енергії) на ринку впродовж липня-серпня 2023 року.

Як уже було сказано специфіка ціни товару електричної енергії полягає в тому, що ціна товару містить декілька складових, а саме: вартість самого товару (електричної енергії); вартість супутньої послуги, яка є невіддільною частиною цього товару – послуги з передачі електричної енергії НЕК “Укренерго”, то зростання обох складових ціни електричної енергії змушує вносити зміни в чинні договори про закупівлю електричної енергії.

Проте, відповідно до Постанови Кабінету міністрів України від 12 жовтня 2022 р. № 1178 (далі - Особливості) [4], можливе погодження зміни ціни за одиницю товару в договорі про закупівлю у разі коливання ціни такого товару на ринку, що відбулося з моменту укладення договору про закупівлю або останнього внесення змін до договору про закупівлю в частині зміни ціни за одиницю товару. Зміна ціни за одиницю товару здійснюється пропорційно коливанню ціни такого товару на ринку (відсоток збільшення ціни за одиницю товару не може перевищувати відсоток коливання (збільшення) ціни такого

товару на ринку) за умови документального підтвердження такого коливання та не повинна призвести до збільшення суми, визначеної в договорі про закупівлю на момент його укладення.

Якщо слідувати умовам пп.2 п.19 Особливостей і при зміні ціни за 1 кВт*год електричної енергії враховувати останні зміни в ціні електричної енергії регульованої складової ціни, втрачається пропорційність підняття ціни у випадку коливання ціни електричної енергії як товару на ринку. Ціна на ринку у період зміни регульованої складової ціни не відповідає ціні на ринку під час укладення договору чи останньої зміни саме вартості товару. Останнє призводить до непропорційного підняття ціни за договором. Отож наявні проблеми регулювання ціноутворення нормативними актами.

Практика свідчить, що створення державою на законодавчому рівні сприятливих умов для здійснення своєї діяльності підприємствами електроенергетичної галузі економіки стимулює економічне зростання та сприяє максимізації суспільного блага. І навпаки, загострення суперечностей між природними монополіями та суспільством (зокрема, через неефективну політику ціноутворення) є потужним імпульсом до порушення балансу в економічній системі в цілому [5, с. 46-47].

Для вирішення вищеописаної проблеми ціноутворення енергопостачальних підприємств, доцільно було б: 1) не враховувати при зміні ціни за пп.2 п.19 Особливостей зміни ціни електроенергії, що були здійснені по пп.7 п.19 Особливостей; 2) для зміни ціни за договором закупівлі електричної енергії брати не конкретну дату (день) укладення договору (останньої додаткової угоди) та дату звернення про зміну ціни, а період (10 днів, календарний місяць тощо), в якому укладався договір (додатковий правочин) до періоду (10 днів, календарний місяць тощо), в якому відбулось значне зростання ціни на ринку.

Питання зміни ціни за договорами про закупівлю електричної енергії торкається як бізнесу, так і громадян та є чинником погіршення ситуації в контексті як енергетичної, так і економічної безпеки. Динаміка процесів, що спостерігається сьогодні на енергетичних ринках, вимагає застосування системних підходів [6, с. 281]. Економічно та соціальне виважене формування ціни на електричну енергію повинно бути спільним завданням всіх учасників ринку електричної енергії за особливої ролі держави.

Список використаних джерел:

1. Левицька І.О. Управлінський облік і аудит витрат на постачання та передачу електричної енергії енергопостачальних компаній України. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.09. – Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності). Київ, 2015. с. 20.
2. Постанова Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг № 1788 від 21.12.2022 р. “Про встановлення тарифу на послуги з передачі електричної енергії НЕК “УКРЕНЕРГО””. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/> (дата звернення 05.11.2023 р.)
3. Постанова Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг № 1126 від 27.06.2023 р. “Про встановлення граничних цін на ринку “на добу наперед””,

внутрішньодобовому ринку та балансуєчому ринку”. URL: <https://www.nerc.gov.ua/acts/> (дата звернення 05.11.2023 р.)

4. Постанова Кабінету міністрів України від 12 жовтня 2022 р. № 1178 “Про затвердження особливостей здійснення публічних закупівель товарів, робіт і послуг для замовників, передбачених Законом України “Про публічні закупівлі”. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/> (дата звернення 05.11.2023 р.)

5. Управління прибутком енергопостачальних компаній: традиційні і новітні підходи : монографія / О. Б. Антоненко, М. В. Макарова. Полтава : ПУЕТ, 2012. 202 с.

6. Yakymchuk A., Kardash O., Popadynets N., Yakubiv V., Maksymiv Y., Hryhoruk I., Kotsko T. Modeling and governance of the country’s energy security: The example of Ukraine. International Journal of Energy Economics and Policy. 2022. 12(5). P. 280-286.

ДЕРЖАВНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ

Мацьків В.В.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Петрук В.В.,

магістрантка 1 року навчання спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Повномасштабне вторгнення принесло з собою не тільки духовні зміни в суспільстві, але й спричинило величезний негативний вплив на українську економіку. Дисбаланс, який спричинила війна помітний у всіх економічних та фінансових відносинах, особливо це стосується бюджетного процесу. Дохідна база суттєво скоротилась, тоді як витрати різко зросли через потребу у фінансуванні оборони. Враховуючи такі умови Уряд був змушений приймати рішення та шукати нові додаткові фінансові ресурси. Це досягалося шляхом перерозподілу бюджетних ресурсів на потреби військової сфери, пошуку джерел фінансування постійно зростаючих витрат на оборону, забезпечення нормального функціонування критичної інфраструктури, а також здійснення необхідних соціальних і гуманітарних витрат для підтримки громадян у цей непростий період.

На даному етапі Україна отримує кошти у вигляді грантів, кредитів від міжнародних партнерів та організацій. Повномасштабне вторгнення принесло з собою збільшення інфляції, девальвацію гривні, високий рівень безробіття – і як наслідок за даними Мінекономіки на початок 2023 року рівень ВВП в Україні знизився на 30,4% [1]. Завдяки залученим коштам від міжнародних партнерів, економіка змогла вистояти в такий нелегкий час.

Але зі збільшенням залучених коштів зростає як внутрішній так і зовнішній борг, який має безпосередній вплив на фінансову стійкість держави [2]. Рівень державного боргу значно перевищив 60% ВВП, що прийнято вважати економічно безпечним рівнем державного і гарантованого державою боргу. Проте в умовах війни такі обмеження втратили свою актуальність і перестали діяти.

Аналізуючи дані Мінфіну бачимо що з березня 2022 по грудень 2022 року залучено 562,9 млрд грн, а це 46,4% основного джерела фінансування бюджету. Здійснивши викуп

військових облигацій, НБУ поповнив державний бюджет на 400 млрд грн, а це 33% фінансування бюджету 2022. Ще 30 млрд грн принесли ОВДП ПАТ «Українська фінансова житлова компанія».

Загалом доходи державного бюджету у 2022 р. сягнули 1,2 трлн грн. Зовнішні запозичення у формі кредитів склали 564,2 млрд грн та ще 666,9 млрд грн надійшло від розміщення ОВДП. Зовнішні кредити надаються на умовах поверненості, проте є організації які надали кошти на досить вигідних умовах. Зокрема Світовий банк надав Україні кредит з терміном погашення 19 років, Японське агентство «JICA» надало кредит з терміном погашення 30 років під 1 % річних [3].

Важливо, що попри війну, Уряд повністю виконував свої боргові зобов'язання, зокрема витративши 606,6 млрд грн на обслуговування та погашення державного боргу, з яких 519,8 млрд грн (85,7%) – за внутрішнім боргом і 86,7 млрд за зовнішнім. При цьому внутрішнього боргу з початку року вдалося залучити 666,9 млрд грн, що лише на 147,1 млрд грн більше, ніж витрачено на його погашення та обслуговування.

Окрім кредитів, завдяки домовленостей Україна отримала значну суму у вигляді грантів, безповоротної фінансової допомоги. З лютого по грудень 2022 року, Україна змогла отримати 480,6 млрд грн грантів. Саме ці кошти уряд витратив на соціальні потреби населення, на виплату ВПО, пенсій та заробітних плат [4].

В 2024 році уряд очікує отримати доходи у розмірі 1,74 трлн грн, обсяг передбачених видатків становитиме 3,3 трлн грн. Всі податкові надходження уряд спрямує на фінансування оборонної галузі. Іншу частину видатків фінансуватимуть міжнародні партнери. Державний борг за таких умов зросте до близько 8,18 трлн грн, що становить 104% відносно ВВП. За розрахунками потрібно залучити близько \$42,8 млрд від міжнародних донорів [5].

Ситуація як на військовому так і в економічному фронті вкрай важка. І чим більше Україна позичає коштів, тим більше доведеться повертати. З 2024 року тиск боргу на державні фінанси суттєво зросте. Переважну частину цих виплат потрібно буде робити саме за зовнішніми позиками, але в умовах протидії російській агресії в Україні обмежений вибір. Забезпечення безпеки та оборони стає пріоритетом.

Список використаних джерел:

1. Мінекономіки попередньо оцінює падіння ВВП в 2022 році на рівні 30,4%. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=4470bafb-5243-4cb2-a573-5ba15d9c8107&title=MinekonomikiPoperedno>.
2. Левандівський О.Т., Криховецька З.М., Мацьків В.В. Ринок цінних паперів у фінансовому забезпеченні грошово-кредитних відносин. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону : науковий журнал*. Івано-Франківськ : Вид-во Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, 2022. Вип. 18. Т. 2. 184-193.
3. Моніторинг допомоги міжнародних фінансових інститутів Україні. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/monitorynh-dopomohy-mizhnarodnykh-finansovykh-institutiv-ukrayini-06052022>.

4. Середньострокова стратегія управління державним боргом на 2024–2026 роки. URL: <https://mof.gov.ua/uk/osnovna-informacija>

5. Бюджет 2024 URL: https://mof.gov.ua/uk/budget_of_2024-698.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Мендела І.Я.

к.е.н., доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи факультету туризму

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Подольян М.І.

асистент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Університет Короля Данила

Соціальна відповідальність бізнесу в ресторанній галузі стає все більш важливою як для споживачів, так і для самого бізнесу. Вона охоплює широкий спектр практик та ініціатив, спрямованих на мінімізацію негативного впливу ресторанного бізнесу на суспільство та довкілля, а також на покращення відносин із зацікавленими сторонами.

Інтерес до стійкого розвитку та використання екологічно чистих інгредієнтів у ресторанному бізнесі зростає, споживачі все більше цінують не лише смак страв, але і їх позитивний вплив на навколишнє середовище. Сучасний ресторанний бізнес переживає справжні випробовування та дивує своєю стійкістю та згуртованістю [2, с.20]. Ресторани, що обирають екологічні продукти, виражають свою відданість правильному харчуванню та роблять важливий внесок у збереження природних ресурсів. Врахування впливу на здоров'я гостей через розробку меню та акцент на здоровому харчуванні дозволяє ресторанам не тільки задовольняти їх гастрономічні потреби, але й створювати позитивний вплив на фізичне здоров'я гостей. Здорове харчування в ресторанах сприяє розвитку тренду в напрямку більш відповідального ставлення до харчування та підтримує активний і здоровий спосіб життя населення.

Ефективне управління відходами та їх переробка в ресторанному бізнесі стає ключовим елементом корпоративної соціальної відповідальності. Наприклад, ресторани з м'ясним меню, які обслуговують обід і вечерю утворюють більше відходів, тоді як інші відходи виникають через перевиробництво та псування продуктів [4, с.77]. Ресторани, які активно впроваджують програми зменшення відходів та обирають екологічно чисті методи їх обробки, сприяють збереженню навколишнього середовища та підтримують стійкість виробничих процесів. Переробка відходів також відкриває можливості для створення нових продуктів або партнерств з організаціями, що спеціалізуються на вторинному використанні ресурсів.

В сучасних умовах для підприємств ресторанного господарства України суттєвою проблемою є висока енергоємність технологічних процесів та неефективне використання

ресурсів [3, с.18]. Впровадження енергоефективних технологій та практик у ресторанному бізнесі зменшує зменшення енергоспоживання та викидів CO₂, зменшуючи екологічний вплив галузі. Ресторани, які забезпечують ефективне освітлення, енергозберігаюче обладнання та інші інновації, не тільки зменшують його витрати, але й виконуються зобов'язання до сталого розвитку та енергоефективного господарювання. Енергоефективність у ресторанному бізнесі не лише сприяє збереженню ресурсів, але й підкреслює соціальну відповідальність підприємства в контексті збереження навколишнього середовища.

Відкритість до інновацій у ресторанному бізнесі показує готовність ресторану використовувати новаторські ідеї та технології для покращення якості обслуговування та оптимізації процесів. Ресторани, що впроваджують інноваційні концепції в меню, технологічні рішення або системи обслуговування, виходять за межі стандартів галузі та залучають нових гостей. Такий підхід дозволяє ресторанам не лише відзначитися у конкурентному середовищі, але й відповідати змінним уподобанням та очікуванням споживачів.

Світові тенденції останніх років засвідчили масштабну популяризацію зелених практик у галузі ресторанної діяльності, збільшення кількості закладів, що працюють згідно визнаних світовою спільнотою норм екологічної культури [1, с.35]. Екологічні ініціативи в ресторанному бізнесі є складовою частиною стратегії сталого розвитку, спрямованої на збереження навколишнього середовища. Ресторани, що активно впроваджують екологічні ініціативи, включаючи використання біорозкладних упаковок, обмеження використання пластику та мінімізацію викидів, не лише демонструють свою відданість екологічно відповідальному бізнесу, але й приваблюють екологічно освічених гостей. Ці ініціативи допомагають створювати ресторани, які є не лише привабливими місцями для харчування, але й ініціаторами сталого підприємництва.

Сучасний ресторанний бізнес швидко адаптується до нових реалій, акцентуючи увагу на соціальній відповідальності та екології. Впровадження сталих практик у виборі місць, управлінських підходів, акцентування на енергоефективності та інноваціях свідчать про те, що ресторани не тільки визнають актуальність сталого підходу в гастрономії, але й виступають піонерами в цьому напрямку. Ці практики не тільки задовольняють зростаючі очікування споживачів, але й покликані вирішувати глобальні проблеми, сприяючи екологічному збереженню та соціальній відповідальності. Такий підхід робить ресторани не лише місцями для споживання страв, але й агентами позитивних змін у суспільстві та природному середовищі.

Список використаних джерел:

1. Громаченко К. Ю., Яковишина М. С. Екологічні практики ресторанного господарства. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Сільськогосподарські науки* : зб. наук. праць. Рівне : НУВГП, 2021. Вип. 3(95). С. 34-46.
2. Гуль Я., Гузар У. Аналіз ринку ресторанного бізнесу в Україні під час війни. *Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності* : зб. тез доп. III Міжнар. наук.-практ. конф. (6 жовтня 2022 р., м. Львів). Львів : ЛДУФК імені Івана Боберського, 2022. С. 20–22.
3. Ряшко Г.М., Крусір Г.В., Новічкова Т.П. Аналіз енергозберігаючих технологій в ресторанному господарстві. *Наукові праці [Одеської національної академії харчових технологій]*. 2016. Т. 80, Вип. 2. С. 17-22.
4. Седікова, І., Асауленко, Н., & Седіков, Д. (2022). Харчові відходи в індустрії гостинності: проблеми та шляхи вирішення. *Food Industry Economics*, 13(4). <https://doi.org/10.15673/fie.v13i4.2218>.

ГРОШОВО-КРЕДИТНА ПОЛІТИКА В КРИЗОВИХ УМОВАХ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ПІДПРИЄМНИЦТВО

Мигович Т.М.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Грошово-кредитна політика у контексті механізму реалізації фінансової політики є складовою забезпечення фінансової стійкості країни та являє собою сукупність заходів щодо врегулювання грошового обороту відповідними інструментами, що затверджені на законодавчому рівні. Задля врегулювання грошово-кредитної сфери можуть використовуватись інструменти прямого (адміністративного) впливу, які передбачають обмеження грошово-кредитного обороту директивними методами, а також інструменти непрямого (опосередкованого) впливу, які покликані створити умови стимулювання чи стримування попиту на грошові активи. Зазвичай у ринковій економіці переважаючими є інструменти опосередкованого впливу, проте у кризових умовах можуть бути використані так звані селективні прямі методи грошово-кредитного регулювання, серед яких пряме регулювання процентних ставок; застосування квот для певних видів пасивних і активних операцій; заборона відкриття чи роботи філій і відділень; застосування обмежень чи навпаки підтримка банківських установ щодо видачі окремих кредитів тощо.

У кризових умовах грошово-кредитна політика в Україні спрямована на забезпечення цінової стабільності як основи економічного розвитку, адже інфляція, як найбільш деструктивний фактор впливу на грошово-кредитну сферу, безпосередньо чинить тиск на підприємницьку та інвестиційну активність.

Функціонування підприємств різних секторів економіки, інструменти його забезпечення, методологія менеджменту фінансової стійкості всієї економічної системи трансформуються відповідно до мінливих умов середовища, зміні підлягає також і практика впровадження відповідних управлінських рішень в рамках грошово-кредитного регулювання. Задля осучаснення методології забезпечення фінансової стійкості української економіки Національний банк України затвердив оновлений документ «Основні засади грошово-кредитної політики на період воєнного стану», де узагальнено стратегічні напрямки

регулювання задля стабілізації фінансового сектору, а також означено інструменти, що є оптимальними і доцільними у контексті кризових умов у військово-політичній площині. Як вказано у вищезгаданому документі, передумовами його прийняття стала війна, як фактор, який спричинив не лише зниження дієвості ринкових інструментів, а їх високу невизначеність, тобто важкість реалізації довгострокового прогнозування економічних процесів з прийнятною імовірністю та розширення ролі оперативного, тактичного планування [1].

Серед інструментів грошово-кредитної політики, що зазначені в Основних засадах грошово-кредитної політики на період воєнного стану і застосовуються задля підтримки фінансової стійкості в умовах воєнного стану в Україні, можна виокремити:

1. Скасування обмеження на встановлення курсу, за яким банки можуть продавати готівкову іноземну валюту клієнтам, а також аналогічні обмеження на встановлення курсу, за яким банки списують з клієнтських рахунків гроші в гривні, за умови розрахунку гривневими картками за кордоном.

2. Тимчасовий відхід від політики інфляційного таргетування з плаваючим валютним курсом.

3. Тимчасове зниження суми ліміту на місяць щодо зняття готівки з відкритих в українських банках гривневих рахунків за кордоном.

4. Тимчасова заборона здійснення операцій із використанням емітованих українськими банками карток щодо розрахунків за кордоном задля купівлі цінних паперів, акцій, облігацій та сплати відповідних брокерських послуг.

5. Купівля військових облігацій Національним банком України.

6. Збільшення облікової ставки.

Кожен із вищезазначених інструментів має вплив на підприємницьку активність, проте найбільш значний вплив з боку регуляторів грошово-кредитної політики у багатьох країнах світу в кризові періоди чинить саме облікова ставка. Змінюючи її, центральний банк впливає на умови, за якими банки укладають угоди з ним та між собою на грошовому ринку, і в такий спосіб – на вартість короткострокових кредитних коштів. Завдяки процесу переливання капіталу між різними секторами економіки вартість короткострокових коштів впливає на вартість гривні у валютних обмінних операціях і на процентні ставки банків за кредитними та депозитними операціями з підприємствами, а отже, опосередковано і на ВВП.

У перші місяці війни в умовах значного психологічного шоку ринкові монетарні інструменти, зокрема облікова ставка, не відігравали відчутної ролі у функціонуванні грошово-кредитного та валютного ринків. Тож Національний банк упродовж лютого – травня 2022 року відкладав рішення щодо змін облікової ставки – вона залишалася

незмінною на рівні 10%. Проте, поступова адаптація економіки та заміщення психологічного шоку економічною логікою ухвалення рішень бізнесом та населенням спонукали Національний банк у червні 2022 року повернутися до активної процентної політики, збільшивши облікову ставку із 10% до 25 % [2]. З червня 2023 р., враховуючи стабілізацію військової ситуації, релокацію у більш безпечні умови функціонування великої кфлькості підприємств облікову ставку поступово знижено до 22% у липні, 20% у вересні, та 16% на кінець жовтня 2023 р.

Такі заходи грошово-кредитної політики у кризових умовах, що склалися, мають стимулюючий вплив на інвестування в національну економіку через збільшення грошової маси і створення сприятливіших умов кредитування. Весь період від початку повномасштабної війни на території України до тепер відбувається розробка та використання оптимальних інструментів грошово-кредитної політики задля підтримки фінансової стійкості. Задля забезпечення безперервності функціонування економіки вже запроваджено ряд трансформацій, що забезпечують стратегічні кроки функціонування та повоєнного відновлення, проте зміна воєнно-політичної ситуації є настільки непередбачуваною, а ситуація у грошово-кредитній сфері динамічною, що це спричиняє необхідність постійного пошуку шляхів підтримки сталості економіки та вітчизняного бізнесу

Список використаних джерел:

1. Основні засади грошово-кредитної політики на період воєнного стану. Київ: Рада Національного банку України, 2022. 5 с. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/MPG-ml_2022.pdf?v=4.
2. Процентна політика. Інструменти монетарної політики / Національний банк України, 2023. URL: <https://bank.gov.ua/ua/monetary/tools>

СПЕЦИФІЧНІ ОБ'ЄКТИ ФІНАНСОВОГО ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ НА КРИПТОВАЛЮТНІЙ БІРЖІ

Петрик О. А.

д.е.н., професор, завідувач кафедри аудиту

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Дяк О. В.

аспірант кафедри аудиту

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Криптовалюти в умовах цифровізації бізнесу стали невід'ємною складовою світової економіки. Так, за 3 квартали 2023 року обсяг торгів становив більше ніж 75 трильйонів доларів, а загальна капіталізація ринку криптовалют становить більше 1.42 трильйони доларів [1].

Популярність криптовалют зумовлена широким спектром їх використання. В першу чергу їх використовують як інвестиції або торгують ними, як спекулятивний активами. До сфери застосування варто також віднести можливість онлайн-покупок та переказів коштів.

Універсальність криптовалют продовжує розширюватися з розвитком технологій, і все більше галузей і приватних осіб приймають рішення, засновані на блокчейні.

Більше 81 % торгового обсягу в криптовалютах формуються завдяки криптовалютним біржам [2]. Біржа криптовалют – це цифрова платформа, де користувачі можуть купувати, продавати та обмінювати криптовалюту. Вона слугує посередником, який полегшує обмін однієї криптовалюти на іншу або на фіатну валюту (традиційну валюту, таку як долар США, євро тощо), дозволяючи користувачам брати участь у функціонуванні крипторинку.

Криптовалютні біржі є по суті великими структурними платформами, тому для коректного їх функціонування необхідно мати ефективну систему фінансового обліку послуг, які вони надають. Перелік операцій на криптобіржах продовжує розширюватись у відповідності до потреб користувачів та з урахуванням бажання постачальників даних послуг отримати відповідний прибуток. Основними операціями криптовалютних бірж є такі:

1. Купівля та продаж: користувачі біржі можуть купувати і продавати криптовалюту на платформі обміну.

2. Торгівля: користувачі можуть обмінювати свої криптовалюти на інші криптовалюти або на фіатні валюти.

3. Депозити і зняття коштів: користувачі можуть вносити криптовалюту на свої біржові рахунки і виводити з них.

4. Стейкінг криптоактивів: є аналогом депозитів у банках, коли «заморожується» певна частина криптоактивів на певний період часу, за це власник отримує винагороду по закінченню такого обмеження користування.

5. Маржинальна торгівля та деривативи: пропонують послуги маржинальної торгівлі, що дозволяє користувачам позичати кошти для посилення своїх торгових позицій. Деякі біржі також пропонують торгівлю деривативами, такими як ф'ючерси та опціони.

6. Лістинг токенів і участь в ICO: док্রেмі біржі сприяють лістингу нових токенів і дозволяють користувачам брати участь у первинних пропозиціях монет (ICO) або продажах токенів.

Ці послуги в сукупності формують основу діяльності криптовалютної біржі, задовольняючи різноманітні потреби користувачів, які працюють з цифровими активами в різних призначеннях. Спектр і якість послуг часто відрізняють одну біржу від іншої, впливаючи на їхню популярність і базу користувачів.

Фінансовий облік операцій на криптовалютній біржі передбачає відстеження та звітування про різні аспекти цього бізнесу. Розглянемо низку специфічних об'єктів системи фінансового обліку діяльності криптобірж, які зумовлені особливостями діяльності.

Облік транзакцій біржі: детальний облік транзакцій, включаючи депозити, зняття коштів і угоди, виконані на платформі. Кожна транзакція повинна бути точно зареєстрована

для цілей звірки та звітності. Дані записи зазвичай записуються у СУБД, а потім агреговано попадають у облікову систему.

Коректне визнання доходів: це перш за все реєстрація доходів отриманих, наприклад, від торгових комісій, комісій за виведення коштів, комісій за лістинг нових токенів, комісій за маржинальне фінансування та будь-яких інших джерел доходу. Точне визнання доходу в момент здійснення транзакції або в міру надання послуг має ключове значення для обліку операцій криптобіржі.

Управління активами і пасивами: ведення точного обліку криптовалют (активів) і коштів користувачів, що знаходяться на зберіганні (пасивів). Балансування активів і пасивів має вирішальне значення для операційної прозорості та дотримання вимог регуляторів.

Управління резервами біржі: до цього аспекту варто віднести підтримання резервів для покриття потенційних непередбачених витрат, забезпечення достатньої ліквідності в торгових парах та управління ризиками, що пов'язані з ринковими коливаннями та виведенням коштів користувачами. Також важливим є ведення обліку фіатної валюти, що зберігається на банківських рахунках, для забезпечення безперебійного зняття коштів та внесення депозитів. Даний аспект забезпечує функціональність біржі та безперервну діяльність у майбутньому без потенційного банкрутства.

Фінансова звітність та дотримання регуляторних стандартів: Підготовка фінансової звітності, включаючи баланси, звіти про прибутки та збитки, звіти про рух грошових коштів із дотриманням стандартів бухгалтерського обліку (наприклад, МСФЗ або GAAP). Це дає змогу інвесторам біржі та звичайним користувачам оцінювати надійність біржі та перспективи її розвитку. Дотримання регуляторних стандартів у кожній країні включає в себе розкриття інформації з урахуванням унікальних аспектів криптовалютних операцій у різних юрисдикціях. Завдяки регуляції криптовалютна біржа може законно функціонувати в країні, а її користувачі будуть мати захист у разі порушенні їх прав.

Оцінка криптоактивів: оцінка криптовалют, якими володіє біржа, за ринковою вартістю, враховуючи поточні коливання цін. Для коректного аналізу фінансового стану необхідна регулярна переоцінка криптоактивів на балансі біржі.

Оподаткування та звітність: управління податковими наслідками для діяльності біржі, включаючи податок на прибуток, ПДВ та інші податкові зобов'язання у відповідних юрисдикціях. При недотриманні вимог локальних регуляторів по оподаткуванню криптовалютна біржа може бути заблокована в даній країні.

Облік послуг, що надаються криптовалютною біржею, передбачає ретельне відстеження, класифікацію та звітування про доходи, витрати та супутні фінансові дані, пов'язані з цими послугами. Надійна система фінансового обліку для криптовалютною біржі необхідна не тільки для внутрішнього управління, але й для підтримки довіри серед

користувачів, дотримання регуляторних вимог, а також для забезпечення стійкості та зростання бізнесу. Вона вимагає спеціальних знань як традиційних принципів бухгалтерського обліку, так і унікальних характеристик криптовалютної індустрії.

Список використаних джерел:

1. Coinbase Annual Report 2022. URL: <https://d18rn0p25nwr6d.cloudfront.net/CIK-0001679788/86fe25e0-342b-40fa-aacc-ea04faf322cb.pdf>
2. Cryptocurrency market. URL: <https://coinmarketcap.com/charts/#volume-24h>
3. Exchange Benchmark November 2023. URL: https://assets-global.website-files.com/63e3774c88285e5c6cbf3b9d/65427d7c273d7352ef10d19f_Exchange%20Benchmark%20November%202023.pdf?_hsmi=78213503
4. Qing Chan. An Inside Look into Cryptocurrency Exchanges. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3759062
5. Qassim A. Cryptocurrency: Global Accounting Leaders Seek Guidance. Bloomberg BNA. 2020. URL: <https://www.bna.com/cryptocurrency-global-accountingn57982091448>
6. Криптовалюти та їх місце у фінансовій системі. URL: <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/02d193b6b501a0fd82d6798fc841e70b.PDF>
7. Кузнєцов В. А., Якубов А. В. Про підходи в міжнародному регулюванні криптовалюта (Bitcoin) в окремих іноземних юрисдикціях. Гроші і кредит. 2016. № 3. С. 20 – 29.
8. Макачук І.М., Перчук О.В., Яременко Л.М., Стратан А.В. Особливості функціонування світового ринку криптовалют в умовах трансформаційних змін глобального економічного середовища. Агросвіт. № 7-8. С. 85-93.
9. Mei Luo, Shuangchen Yu. Financial reporting for cryptocurrency. URL: https://www.researchgate.net/publication/366309194_Financial_reporting_for_cryptocurrency

РОЛЬ ІНВЕСТИЦІЙ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Пилипів Н.І.

д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Дмитроняк О. М.

бакалавр спеціальності «Підприємництво та торгівля»,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

В умовах сьогодення війна Росії проти України не лише випробовує силу нації, але й робить суттєвий вплив на підприємницьку діяльність через роль інвестицій у цьому контексті. Оскільки саме вони можуть стати стратегічним інструментом для забезпечення виживання та успіху підприємств. Відповідно активізується питання щодо ефективного використання капіталу і врахування геополітичних ризиків, які стають важливими аспектами, що визначають стратегічне управління інвестиціями під час війни.

Дуже часто багато підприємств прагнуть залучати іноземні інвестиції через їх здатність збільшувати обсяг виробництва та розширювати ринки збуту. Такі інвестиції сприяють подальшому розвитку, забезпечують стабільність їхньої діяльності та допомагають досягти фінансового успіху[2].

Тому вважаємо справедливими твердження таких дослідників, як Р.В. Шинкаренка та Г.В. Пасічної, які акцентують увагу на вирішальне значення зовнішніх інвестицій для розвитку будь-якої країни, оскільки вони сприяють залученню необхідного капіталу, передачі сучасних технологій, ноу-хау та методів управління. Вони також є основою для систематичного оновлення та розширення виробничого капіталу, прискорення науково-

технічного прогресу та покращення якості продукції. Іноземні інвестиції виступають основою для структурної перебудови суспільного виробництва та збалансованого розвитку всіх галузей економіки в умовах глобальних трансформацій» [5, с. 146].

В умовах війни інвестиції можуть бути використані для відновлення виробничих потужностей підприємств, підтримки персоналу, збереження ринків збуту та стати ключовим чинником у забезпеченні стійкості та подальшого розвитку підприємств в умовах воєнного стану.

Проведемо аналіз даних платіжного балансу, який опублікований НБУ, за вісім місяців 2023 року. Так, чистий приплив прямих іноземних інвестицій оцінено у 2,5 млрд дол. США [4]. (таб. 1):

Таблиця 1

Прямі іноземні інвестиції в Україні в 2023 р. (млн. дол. США)

2023	ППІ в Україну	ППІ з України	Сальдо
I кв.	1181 +705	36 -149	+1145 +293.5%
II кв.	1287 +106	-17 -53	+1304 +13.9%
За рік	2468	19	+2449

Джерело: складено на основі [3].

Згідно даних НБУ, найбільшим іноземним інвестором в Україні є Кіпр - 16,722 млрд дол., Нідерланди - 10,011 млрд дол., а Швейцарія - 3,380 млрд дол. і т. д. (рис. 1) [4].

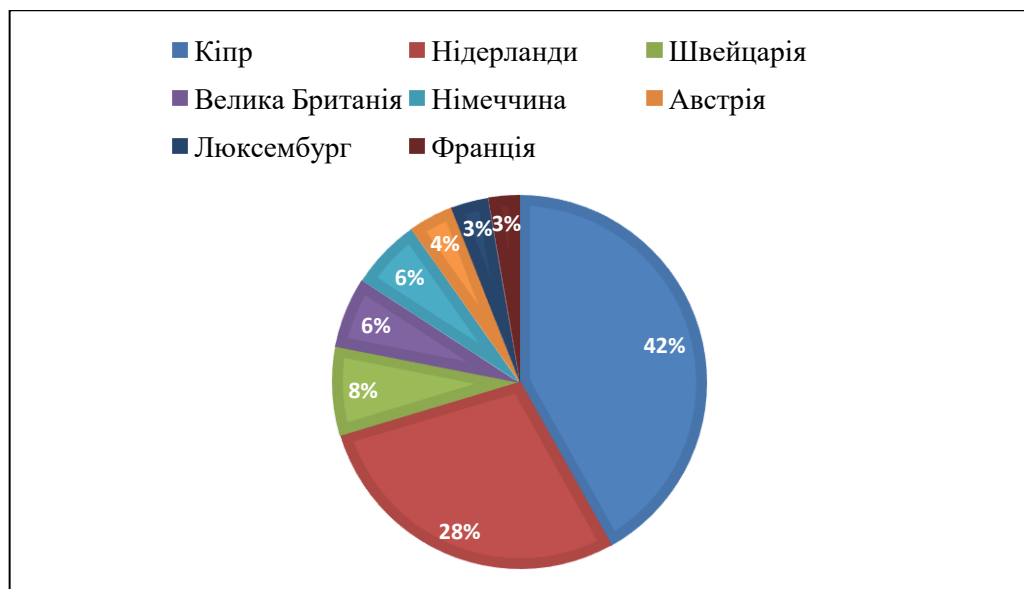


Рисунок 1. Основні країни-інвестори станом на 2021 рік

Джерело: складено на основі [4].

Як зазначають фахівці, інвестиційне середовище в Україні в 2024 році не покращиться, якщо не буде змінено ситуацію на фронті та не почнеться відновлення

економіки. Іноземні інвестори не мають стимулів вкладати свої кошти в країну, яка перебуває в стані війни. Ймовірність втрати інвестицій занадто велика, тоді як шанси на успішну реалізацію будь-яких проєктів дуже низькі. Хіба що можна обговорювати проєкти в прикордонній зоні з європейськими країнами, які стосуються логістики, експорту української продукції та імпорту товарів в Україну.

Разом з тим слід зазначити, що Україна демонструє позитивні тенденції щодо залучення інвестиції та розвитку співпраці з міжнародними фінансовими організаціями у різних галузях економіки. Особливо виділяється успішний розвиток інформаційно-технологічної галузі, де українські ІТ-компанії здобувають популярність завдяки високоякісним послугам та можливості працювати без географічних обмежень. Крім того, країна активно залучає інвестиції в сектори відновлюваної енергетики, сільського господарства, машинобудування, логістики та інші. Співпраця з міжнародними фінансовими інституціями, такими як МВФ, ЄБРР та ЄІБ, підтверджує зацікавленість української економіки у залученні фінансової підтримки та інвестиційного розвитку [1].

Отже, можна зробити висновок, що в Україні залучаються прямі іноземні інвестиції, для розвитку ключових галузей, що створює умови для стабільного економічного зростання як в нинішній час, і на перспективу.

Список використаних джерел:

1. ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ДЕРЖАВИ: О. М. Лендел – 2016 – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5156> (дата звернення: 30.11.2023)
2. РОЛЬ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ: Любінська Ольга – 2022 – Режим доступу: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/39257/2/FMNECPS_2022_Liubinska_O-The_role_of_foreign_investment_75-77.pdf (дата звернення: 30.11.2023)
3. Міністерство фінансів України: офіційний сайт: Режим доступу - <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/fdi/> (дата звернення: 30.11.2023).
4. Національний банк України: офіційний сайт: Режим доступу - <https://bank.gov.ua/> (дата звернення: 30.11.2023).
5. Шинкаренко Р.В., Пасічна Г.В. Стратегічні напрями залучення іноземних інвестицій в аграрний сектор України. Економіка та суспільство. 2017. № 13.С.145-149.

ЕКОНОМІЧНА СУТЬ ЗАБЕЗПЕЧЕНЬ ПРОЦЕСУ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Пилипів Н.І.

д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Рудий М. В.

аспірант

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Дослідження питань щодо організації управлінського обліку бізнес-процесів будівельних підприємств вимагає передусім розгляду основних положень первинної організації. Доцільно враховувати ідентифікацію різних забезпечень та виділити їх типи для

формування ефективної обліково-аналітичної системи. Така система повинна відповідати інформаційним потребам менеджерів на різних рівнях управління, враховуючи сучасні виклики, особливо в умовах війни Росії проти України.

Важливо відзначити, що при розробці положень щодо організації облікових процедур на будівельних підприємствах, особлива увага приділяється фінансовому обліку, який є частиною чітко регламентованої облікової системи. Однак визріває також необхідність у стандартизації питань організації управлінського обліку які відносяться до первинного етапу. Це сприятиме формуванню інформації, необхідної для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, спрямованих на успішну реалізацію стратегії розвитку.

В ході проведеного дослідження визначено, що для підвищення ефективності облікового процесу, зокрема забезпечення своєчасного формування та надання звітності користувачам, необхідно забезпечити технологічний процес облікових процедур та працю виконавців наступними видами забезпечень: організаційним, інформаційним, технічним, методичним, соціальним, ергономічним та ресурсним [1, с. 35]. Розкриття суті таких видів забезпечень процесу організації управлінського обліку бізнес-процесів будівельних підприємств наведено у таблиці 1.

Необхідно відзначити, що організація, яка є окремим етапом у процесі управління, визначається як процес впорядкованого використання усіх ресурсів в межах системи управління підприємством.

Організація допомагає утворити та підтримувати раціональні відносини використання трудових, матеріальних, фінансових та інформаційних ресурсів. Цей процес відповідає на питання, які саме ресурси слід використовувати для різних видів діяльності, коли, де та як вони будуть використовуватися. В результаті цього процес організації передбачає формування організаційної структури підприємства, в якій чітко визначаються повноваження та відповідальність. Організаційна структура, в свою чергу, визначає систему взаємин між елементами, факторами і діяльністю підприємства. [2, с. 238].

Враховуючи зазначене вище, можна стверджувати, що процес організації управлінського обліку передбачає розробку та впровадження обліково-аналітичної системи на підприємстві, що базується на упорядкованому використанні ресурсів, необхідних для ефективного впровадження та управління обліковими процесами. В зв'язку з цим вивчення ресурсного забезпечення в контексті визначення потреб організації управлінського обліку на будівельних підприємствах вимагає особливої уваги.

Визначено, що ресурсне забезпечення процесу організації управлінського обліку на будівельних підприємствах включає матеріально-технічні, нематеріальні, трудові (праця та інтелектуальний потенціал), фінансові та інформаційні ресурси. Проте в результаті проведеного дослідження виявлено відсутність детальної класифікації цих ресурсів у

контексті організації управлінського обліку, що ускладнює концептуальне вивчення проблеми.

Таким чином, результати проведеного дослідження щодо визначення видів необхідного забезпечення процесу організації управлінського обліку бізнес-процесів будівельних підприємств був розроблений концептуальний підхід до його ідентифікації, з урахуванням сучасних змін у інформаційному середовищі. Визначено, що технологічний процес облікових процедур повинен бути забезпечений на рівні організаційному, інформаційному, технічному, методичному, соціальному, ергономічному та ресурсному.

Таблиця 1

**Види забезпечень процесу організації управлінського обліку бізнес-процесів
будівельних підприємств**

Вид забезпечення	Характеристика забезпечення
1	2
Організаційне забезпечення	включає розробку документів, які регламентують ведення управлінського обліку та нормування праці облікових працівників тощо
Інформаційне забезпечення	включає вхідні дані, систему бази даних, обробку та отримання вихідної управлінської інформації. Його загальне визначення та склад мають особливості, що впливають із його специфіки. Інформація є основним об'єктом обліку, її роль різниться на кожному етапі технології обліку та вирішенні окремих облікових завдань. Наприклад, на певній стадії облікового процесу інформація служить метою та результатом вирішення одного завдання, а також використовується для розв'язання іншого. Інформація, яка виникає при розрахунках обліку матеріалів, стає основою для вирішення завдань з обліку витрат виробництва.
Технічне забезпечення	включає комплекс технічних засобів і методів, які гарантують функціонування системи обліку, контролю та аналізу
Методичне забезпечення	включає в себе систему методичних рекомендацій та нормативно-законодавчих актів, які визначають методика управлінського обліку бізнес-процесів та складання управлінської звітності.
Соціальне забезпечення	включає комплекс заходів, що охоплює матеріальне та нематеріальне(соціальне) стимулювання з метою підвищення продуктивності праці працівників облікової служби.
Ергономічне забезпечення	означає створення відповідних умов праці в бухгалтерії, включаючи організацію окремих робочих місць, підтримку комфортного мікроклімату, облаштування озеленення та забезпечення належного освітлення.
Ресурсне забезпечення	передбачає своєчасне та повне постачання на робочі місця всіх видів використовуваних ресурсів, таких як основні і допоміжні матеріали, енергетичні ресурси, інструменти та інші матеріали. В окремих випадках, коли обсяги споживаних ресурсів на робочому місці невеликі, можливе часткове самообслуговування.

Джерело: складено на основі [1]

За результатами дослідження встановлено, що для задоволення інформаційних потреб управлінського персоналу та належної організації управлінського обліку, яка має визначальне значення для ефективного використання ресурсів, необхідно розробити класифікацію ресурсного забезпечення процесу організації управлінського обліку бізнес-процесів будівельних підприємств. Це становитиме предмет подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Гнатишин Л. Б. Організація обліку : навчальний посібник / Л. Б. Гнатишин, О. С. Прокопишин. – Львів : Магнолія 2006, 2014. – 432 с.
2. Antić Ij. Organizing as the phase of management process and management accounting / Ij. Antić, V. Sekulić // Facta Universitatis Series: Economics and Organization. – 2005. – Vol. 2 (3). – pp. 237-245.

ОБЛІКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГРАНТІВ ДЛЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Поліщук О.Т.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку, аналізу та аудиту

Донецький національний університет імені Василя Стуса

Поліщук О.А.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва, корпоративної та просторової

економіки

Донецький національний університет імені Василя Стуса

З метою підтримки та розвитку підприємництва в умовах війни на сьогодні є безліч програм та конкурсів, які дають можливість отримати міжнародну грантову допомогу для реалізації підприємницьких цілей. Пріоритетною така є підтримка для розвитку жіночого підприємництва, розвитку підприємництва для ВПО (внутрішньо-переміщених осіб) та колишніх військових. Разом з тим, з поміж програм міжнародної підтримки урядом підтримано та вже реалізується Державна програма надання грантів на створення або розвиток власного бізнесу. Хоч і грантова допомога надається на принципах цільової спрямованості, безоплатності та безповоротності, але це не означає, що не повинен здійснюватися облік та контроль витрачених коштів.

Питання обліку, контролю та оподаткування грантової допомоги взагалі мало досліджувалось науковцями, вченим. Більше уваги цим питанням зосереджено у практичних публікаціях. Проте варто розмежувати питання щодо обліку та оподаткування грантової допомоги, яку підприємці/майбутні підприємці отримують як міжнародна допомога та державна програма грантів.

Згідно п.п.14.1.2771. Податкового кодексу України бюджетний грант — цільова допомога у вигляді коштів або майна, що надаються на безоплатній і безповоротній основі за рахунок коштів державного та/або місцевих бюджетів, міжнародної технічної допомоги для реалізації проекту або програми у сферах культури, туризму та у секторі креативних індустрій, спорту та інших гуманітарних сферах у порядку, встановленому законом.

Перелік надавачів бюджетних грантів визначає Кабінет Міністрів України. Так, грант, який сьогодні можна отримати через цифровий портал «Дія» є таж державним грантом, який з точки зору обліку та оподаткування, слід вважати безповоротною фінансовою допомогою. Через «Дія» держава надає можливість отримати грант до 250 тис. грн. ндля відкриття власної справи, а також на підтримку переробних підприємств тощо.

Згідно з п.п. 14.1.257 п. 14.1 ст. 14 Податкового кодексу України безповоротною фінансова допомога – це:

- сума коштів, передана платнику податків згідно з договорами дарування, іншими подібними договорами або без укладення таких договорів;
- сума безнадійної заборгованості, відшкодована кредитором позичальником після списання такої безнадійної заборгованості;
- сума заборгованості одного платника податків перед іншим платником податків, що не стягнута після закінчення строку позовної давності;
- основна сума кредиту або депозиту, що надані платнику податків без встановлення строків повернення такої основної суми, за винятком кредитів, наданих під безстрокові облігації, та депозитів до запитання у банківських установах, а також сума процентів, нарахованих на таку основну суму, але не сплачених (списаних).

Аналізуючи принципи грантової допомоги, які корелюються з визначенням безповоротної фінансової допомоги, варто зацентрувати увагу, що така допомога з точки зору обліку та оподаткування, не набуває ознак доходу, а тому не підлягає оподаткуванню. Аналогічно можна й трактувати положення МСБО 20 «Облік державних грантів і розкриття інформації про державну допомогу», де державні гранти оцінюються як допомога держави у формі передачі ресурсів підприємству в обмін на дотримання у минулому або майбутньому певних умов, які пов'язані з операційною діяльністю підприємства.

Проте, це цілком зрозуміле питання, коли йдеться мова про юридичних осіб (платників єдиного податку, платників податку на прибуток, неприбуткових організацій), які у своїй діяльності керуються національними та міжнародними стандартами бухгалтерського обліку та фінансової звітності, але не зовсім зрозуміло для такої категорії підприємців як фізичні особи-підприємці. Оскільки, доходом фізичної особи – підприємця – платника єдиного податку є дохід, отриманий протягом податкового (звітного) періоду в грошовій формі (готівковій та/або безготівковій); матеріальній або нематеріальній формі, визначеній п. 292.3 ст. 292 ПКУ, тобто оцінка та визнання доходу здійснюється у момент отримання коштів (за виключенням авансів тощо). При цьому згідно п.п. 1 п. 292.1 ст. 292 ПКУ до доходу не включаються отримані такою фізичною особою пасивні доходи у вигляді процентів, дивідендів, роялті, страхові виплати і відшкодування, доходи у вигляді бюджетних грантів, а також доходи, отримані від продажу рухомого та нерухомого майна, яке належить на праві

власності фізичній особі та використовується в її господарській діяльності.

Таким чином, отримання безповоротної фінансової допомоги фізичною особою-підприємцем у вигляді державного гранту не є доходом та не підлягає до оподаткування єдиним податком. Проте безповоротна фінансова допомога, що не є державним грантом, й надалі залишається дискусійним питанням для отримувачів такої допомоги.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 р. № 2755-VI: станом на 10.08.2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 01.10.2023).
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 20 (МСБО 20). Облік державних грантів і розкриття інформації про державну допомогу. станом на 01.01.2012 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_041#Text (дата звернення: 01.10.2023).

**ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ТА ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ЗАПАСІВ
ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ**

*Поник О.А.,
магістрантка спеціальності 071 Облік і оподаткування,
Дем'янишина О.А.,
к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини*

На сьогоднішній день існує низка проблем пов'язаних з управлінням матеріально-виробничими запасами, які є невід'ємною та найбільш значущою частиною активів підприємства, що використовується для ефективного ведення та функціонування господарської діяльності більшості підприємств.

Запаси є найбільш важливою і значною частиною активів підприємства, займають особливе місце у складі майна та мають домінуючі позиції у структурі витрат підприємств різних сфер діяльності, при визначенні результатів господарської діяльності підприємства та при уточненні інформації про його фінансовий стан.

У бухгалтерському обліку терміном «виробничі запаси» прийнято вважати покупну або самостійно вироблену продукцію, яка переробляється на підприємстві. До виробничих запасів відносяться: сировина і матеріали, покупні напівфабрикати і комплектуючі вироби, паливо, тара, будівельні матеріали, матеріали для обробки, запасні частини, сільськогосподарські матеріали, інші матеріали [1].

Запаси – активи, які: утримуються для подальшого продажу (розподілу, передачі) за умов звичайної господарської діяльності; перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва; утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також управління підприємством/установою, та відповідають наступним критеріям [2]:

– існує імовірність того, що підприємство/установа отримає в майбутньому економічні вигоди, пов'язані з їх використанням;

– їх вартість може бути достовірно визначена.

Запаси є ваговою частиною активів підприємства, що підтримують виробничий процес. Вони займають особливе місце у складі майна та домінуючі позиції у структурі витрат підприємств різних сфер діяльності. Не менш важливу роль вони відіграють при визначенні результатів господарської діяльності підприємства та при висвітленні інформації про його фінансовий стан. Тому для ефективного здійснення діяльності та достовірного відображення її результатів, необхідно правильно вести облік та ефективно здійснювати внутрішній контроль запасів в системі управління активами.

Методологічні основи формування в бухгалтерському обліку інформації про запаси і розкриття її у фінансовій звітності регламентуються Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» [2].

Найпоширеніша характеристика поняття «виробничі запаси – це ...засоби, які знаходяться на складах споживачів, виробництва, та призначені для виробничого споживання, але ще не вступили у виробничий процес» [3].

Дана інтерпретація не висвітлює всі аспекти даного активу, проте існують різні автори, що підходять до поняття виробничі запаси по-іншому, дивлячись з якої сторони вони розглядають: логістики чи бухгалтерського та фінансового обліку матеріальних цінностей.

В Міжнародному стандарті бухгалтерського обліку 2 «Запаси» наведене схоже визначення терміну «запаси»:- це активи, які: утримуються для продажу у звичайному ході бізнесу; перебувають у процесі виробництва для такого продажу або в) існують у формі основних чи допоміжних матеріалів для споживання у виробничому процесі або при наданні послуг [4].

Важливим етапом функціонування та управління підприємства є затвердження облікової політики з доцільним визначенням методів обчислення собівартості запасів, які надходять на підприємство, а також найбільш ефективного методу вибуття запасів із метою отримання максимальних економічних вигід від використання таких запасів [5].

Важливою передумовою організації обліку запасів є оцінка запасів, адже вона впливає на точність фінансових результатів підприємства.

Організація способів відображення носіїв облікової інформації потребує додержання трьох особливостей бухгалтерського обліку як процесу. Перша особливість бухгалтерського обліку як процесу полягає у тому, що кожний господарський факт має бути насамперед зафіксований на носії як доказ, тобто як документ. Другою особливістю бухгалтерського обліку є те, що всі господарські факти із первинних документів, тобто доказів про реальність їх, підлягають обов'язковому запису і накопиченню в облікових реєстрах. Третя особливість бухгалтерського обліку полягає у тому, що облік як процес не закінчується визначенням нового стану об'єкта в облікових реєстрах, а підсумкові дані повинні бути перенесені із

облікових реєстрів у звітні форми, які після їх заповнення автоматично стають носіями облікової інформації [6].

Ефективна система внутрішнього контролю є однією з найважливіших складових системи управління підприємством. Відсутність дієвої системи внутрішнього контролю не дозволяє відповідним чином оцінювати результати роботи окремих підрозділів і працівників.

На підприємствах рекомендується здійснювати внутрішній контроль виробничих запасів у певній послідовності, за стадіями господарської діяльності: придбання, виробництво та реалізація.

Заключним етапом, який потребує внутрішнього контролю з боку керівництва, є процес реалізації запасів. Він передбачає контроль над вибором покупців, який полягає в тому, що необхідно знайти покупця, який запропонує найбільш вигідну і максимально високу ціну за продукцію [3].

Отже, для прийняття обґрунтованих управлінських рішень по використанню виробничих запасів необхідна своєчасна, достатня та достовірна інформація, яка формується в системі бухгалтерського обліку. Величина виробничих запасів повинна бути чітко визначена, достатня для забезпечення безперервного виробничого процесу і ритмічної роботи підприємства. Створення системи прогресивних нормативів витрат основних і допоміжних матеріалів, оптимізація використання матеріалів є передумовою удосконалення управління використанням запасів підприємства.

Список використаної літератури:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.99 р. № 246, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#Text>
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: наказ від 31.03.99 р. №87 URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>
3. Капленко А.О., Овчарова Н.В. Проблеми оцінки вибуття запасів. *Перспективи розвитку обліку, контролю та фінансів в умовах інтеграційних і глобалізаційних процесів*: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 20-річчю з дня заснування кафедри обліку та аудиту ХНТУСГ. 2019. №1. С.63 – 66.
4. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2 «Запаси» URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_021
5. Щука А. М. Податкова система України на шляху розвитку. *Фінанси України*. 2017. № 11. С. 22-25.
6. Demianyshyna O.A., Belinska O.I. Tax accounting of commercial activities. *Сучасні аспекти модернізації науки: стан, проблеми, тенденції розвитку*: матеріали XXVIII Міжнародної науково-практичної конференції / за ред. І.В. Жукова, Є.О. Романенка. Лімасол (Кіпр): ГО «ВАДНД», 07 січня 2023 р. URL: <http://perspectives.pp.ua/public/site/conferency/conf-28.pdf>

УПРАВЛІНСЬКИЙ АУТСОРСИНГ: ПЕРЕВАГИ ТА РИЗИКИ***Потриваєва Н.В.,****д.е.н., професор, професор кафедри обліку і оподаткування***Миколаївський національний аграрний університет*****Лугова О.І.,****к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування***Миколаївський національний аграрний університет,*****Палєєв А.А.,****аспірант***Миколаївський національний аграрний університет**

В сучасному динамічному бізнес-середовищі аутсорсинг управлінських функцій набуває значної актуальності, адже компанії перебувають у стані постійного пошуку шляхів підвищення ефективності й зниження витрат, залишаючись конкурентоспроможними та інноваційними. Аутсорсинг дозволяє суб'єктам підприємництва делегувати певні управлінські функції зовнішнім виконавцям, зосереджуючись на виконанні своїх ключових компетенцій. Це призводить до оптимізації витрат завдяки значному скороченню витрат на найм, навчання та утримання персоналу, а також на інфраструктуру. Крім того, аутсорсинг відкриває доступ до передових знань та технологій, які можуть бути занадто дорогими або складними для внутрішнього розвитку. Аутсорсингові послуги, зокрема в облікових та фінансових процесах, обумовлені адаптацією компаній до швидко змінюваних фінансових регуляцій, викликів глобалізації та потребою інтегрувати передові технології для ефективного управління фінансово-господарською діяльністю.

У сучасному глобалізованому бізнес-середовищі, аутсорсинг управлінських функцій визнається корпоративними експертами як стратегічний інструмент. До того ж компанія, що спеціалізується на наданні аутсорсингових бухгалтерських послуг, зазвичай перевершує можливості постійного співробітника або позаштатного бухгалтера, який виконує роботу періодично. Світова практика та дослідження в цій галузі вказують на ключові переваги аутсорсингу, до яких зокрема можна віднести: значне скорочення витрат на персонал, включаючи заробітну плату та організацію робочого місця; можливість диверсифікації за рахунок залучення світових експертів; зосередження на основних завданнях компанії без потреби в додатковій спеціалізації; формування ефективних основних або допоміжних команд; доступ до зовнішньої експертизи, яка допомагає ефективніше керувати бізнесом, особливо в кризові періоди. Інакше кажучи, управлінський аутсорсинг сприяє економії фінансових ресурсів через оптимізацію витрат та дозволяє розширити діапазон корпоративних операцій за рахунок залучення міжнародних фахівців, спонукаючи до диверсифікації діяльності. Це, у свою чергу, забезпечує доступ до знань та навичок глобального характеру. Про переваги аутсорсингу в управлінні доводить також можливість підприємств зосередитися на виконанні своїх стратегічних завдань, не відволікаючись на

вирішення додаткових вузькопрофільних організаційних питань. До того ж ІТ послуги у сфері управління сприятимуть формуванню ефективних команд персоналу для виконання основних та допоміжних операцій, підвищуючи одночасно загальну продуктивність компанії. Нарешті, важливим аспектом аутсорсингу є забезпечення доступу до зовнішньої експертизи у різних сферах, від маркетингу до технічних та керівних позицій, особливо у складних умовах кризового періоду.

Застосування аутсорсингу для обслуговування управлінських функцій, крім переваг, має й певні ризики, на які важливо зважати компаніям, що вдаються до цього підходу. По-перше, є проблеми з конфіденційністю даних, оскільки передача фінансової інформації зовнішнім організаціям може створити ризики для безпеки та конфіденційності важливої бізнес-інформації. По-друге, існує залежність від постачальника послуг, що може стати проблемою у разі невиконання ним своїх зобов'язань або його банкрутства. Втретє, існує ризик втрати контролю над важливими обліковими та фінансовими процесами, що може відбутися за умови недостатнього управління й моніторингу з боку компанії. По-четверте, існують потенційні проблеми щодо якості послуг у разі недостатнього розуміння аутсорсинговим партнером специфіки бізнесу компанії-клієнта. Нарешті, існують комунікаційні виклики, які включають непорозуміння та проблеми в комунікації між компанією та аутсорсинговим партнером, особливо у випадках, коли є мовні та культурні розбіжності. Усі ці ризики вимагають ретельного планування та стратегічного управління з боку компанії, яка вирішує вдатися до аутсорсингу облікових та фінансових функцій [1, с. 21].

В умовах економічної нестабільності потенційне зниження якості продукції та можлива вразливість перед зовнішніми постачальниками вимагає від компаній уважного та обережного підходу при виборі аутсорсингових партнерів, зважаючи на їхню репутацію, досвід та спроможність відповідати специфічним потребам бізнесу. Ці фактори вказують на суттєву роль аутсорсингу в ефективному управлінні діяльністю компанії, а також підтримці їхньої гнучкості та адаптивності до мінливих ринкових умов [2, с. 21].

Отже, аутсорсинг дозволяє компаніям не тільки оптимізувати витрати, але й зосередитися на своїй основній діяльності, делегуючи завдання спеціалізованого характеру зовнішнім професійним компаніям у сфері інформаційних технологій. Компанії, що пропонують широкий спектр послуг, зокрема бухгалтерський аутсорсинг, здебільшого перевершують можливості внутрішніх співробітників за рахунок використання провідного вітчизняного досвіду та найкращих світових практик. Однак, важливо враховувати і ризики, пов'язані з аутсорсингом, такі як проблеми з конфіденційністю даних, залежність від постачальників послуг, потенційні проблеми з якістю послуг та виклики в комунікації.

Успішне застосування аутсорсингу в облікових та фінансових процесах вимагає ретельного планування та управління задля максимізації переваг та мінімізації ризиків.

Список використаних джерел:

1. Палєєв А. А., Потриваєва Н. В. Аутсорсинг в умовах аграрного підприємства: проблеми та перспективи. *Продовольча безпека України в умовах війни і післявоєнного відновлення: глобальні та національні виміри*. Міжнародний форум : доповіді учасників міжнародної науково-практичної конференції, 01 червня 2023 р., м. Миколаїв / Міністерство освіти і науки України ; Миколаївський національний аграрний університет. Миколаїв : МНАУ, 2023. С. 303–305. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspsui/bitstream/123456789/14733/1/prod bezp-22-05-23-303-305.pdf> (дата звернення 14.11.2023 р.)
2. Potryvaieva, N., Palieiev, A. Accounting outsourcing as a modern effective tool of enterprise management. *Ukrainian Black Sea Region Agrarian Science*, 2023. № 27(3). р. 18–30. URL: <https://doi.org/10.56407/bs.agrarian/3.2023.18> (дата звернення: 14.11.2023 р.)

ОСОБЛИВОСТІ ТА ФОРМИ РЕАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Пристемський О.С.,
д.е.н., професор, професор кафедри підприємництва, обліку та фінансів,
Херсонський державний аграрно-економічний університет

Оснoву інвестиційної діяльності підприємства складає реальне інвестування. На більшості підприємств це інвестування є єдиним напрямком інвестиційної діяльності в сучасних умовах, що визначає високу роль управління реальними інвестиціями в системі інвестиційної діяльності підприємства.

Здійснення реальних інвестицій характеризується рядом особливостей, основними з яких є: - реальне інвестування є головною формою реалізації стратегії економічного розвитку підприємства; - реальне інвестування знаходиться в тісному зв'язку з операційною діяльністю підприємства; - реальні інвестиції забезпечують більш високий рівень рентабельності порівняно з фінансовими інвестиціями; - реалізовані реальні інвестиції забезпечують підприємству стійкий чистий грошовий потік; - реальним інвестиціям властивий високий рівень ризику морального старіння; - реальні інвестиції мають високий ступінь антиінфляційного захисту; - реальні інвестиції є найменш ліквідними. Це пов'язано з вузькоцільовою спрямованістю більшості форм цих інвестицій [1].

Реальне інвестування являє собою вкладення фінансових ресурсів у матеріальні активи підприємства, оновлення, відтворення та розширення основних засобів, а також в нематеріальні активи з метою забезпечення ефективного формування операційних активів. Основними формами реального інвестування є:

1. Придбання цілісних майнових комплексів;
2. Зведення нового об'єкта з завершеним технологічним циклом згідно із затвердженими проектами;
3. Повна заміна технології виробничого процесу з метою впуску нової продукції;
4. Реконструкція, тобто здійснення за єдиним проектом повне або часткове

переобладнання виробництва без будівництва нових та розширення діючих цехів основного виробничого призначення;

5. Удосконалення машин, обладнання на інноваційній основі;
6. Оновлення окремих видів обладнання;
7. Інноваційне інвестування у нематеріальні активи, тобто придбання патентів на наукові відкриття, винаходи, промислові зразки і товарні знаки тощо;
8. Інвестування приросту запасів оборотних матеріальних активів за допомогою розширення обсягу операційних оборотних активів підприємства з метою нарощування обсягу виробництва і реалізації продукції.

Вибір конкретної форми інвестування залежить від багатьох факторів: завдань галузевої, товарної та регіональної диверсифікації діяльності підприємства; можливостей впровадження нових технологій; наявності власних інвестиційних ресурсів та можливостей використання позикових або залучених ресурсів. Специфічний характер реального інвестування і його форм визначають особливості його здійснення на підприємстві. При високій інвестиційній активності підприємства з метою підвищення ефективності управління реальними інвестиціями розробляється спеціальна політика управління ними. Форми реального інвестування проходять три основні стадії: - передінвестиційну стадію, в процесі якої розробляються варіанти альтернативних інвестиційних рішень, проводиться оцінка і приймається до реалізації конкретний їх варіант; - інвестиційну стадію, в процесі якої здійснюється безпосередня реалізація ухваленого інвестиційного рішення; - постінвестиційну стадію, в процесі якої забезпечується контроль за досягненням передбачених параметрів інвестиційних рішень у процесі експлуатації об'єкта інвестування [2].

Процес здійснення реального інвестування варто починати з пошуку й вибору інвестиційної ідеї з врахуванням цілей розвитку підприємства. Рішення про здійснення реальних інвестицій може прийматися на підставі наступних цільових установок підприємства: утримання або стимулювання частини ринку товару, що виробляється, або послуг, що надаються; необхідність випуску нового товару або послуг; формування або підтримка іміджу підприємства; досягнення максимального використання ресурсів підприємства. При визначенні інвестиційної ідеї підприємство враховує досвід проведення реальних інвестицій, галузеві особливості своєї діяльності, кваліфікацію персоналу та наявність фінансових ресурсів для інвестування.

Список використаних джерел:

1. Трусова Н.В., Пристемський О.С., Якушева І.Є., Терновський В.О. Інвестиційний аналіз бізнес-проектів: Навчальний посібник. – Мелітополь: Видавничий будинок Мелітопольської міської друкарні, 2019. – 328 с.
2. Natalia V. Trusova, Leonid V. Melnyk, Zhanna S. Shilo, Oleksandr S. Prystemskyi, "Credit-Investment Activity of Banks of the Ukraine: Financial Globalization, Risks, Stabilization," Universal Journal of Accounting and Finance, Vol. 9, No. 3, pp. 450 - 468, 2021. DOI: 10.13189/ujaf.2021.090320.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Пшеничний І.С.,

здобувач вищої освіти СВО Бакалавр

Миколаївський національний аграрний університет

Іваненко Т.Я.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної справи та організації бізнесу

Миколаївський національний аграрний університет

Основною метою будь-якого підприємства є задоволення потреб суспільства та отримання прибутку. Це досягається шляхом виробництва та продажу товарів, ведення господарської діяльності та надання. Будь-яке підприємство характеризується наявністю певних ресурсів, які використовуються для здійснення своєї діяльності. Одним з таких ресурсів є основні засоби, які часто є найважливішим фактором виробничої потужності та економічного потенціалу підприємства.

Управління підприємствами безпосередньо залежить від використовуваних засобів виробництва. Однак, однією з особливостей основних засобів підприємства є їх поступовий знос, що безпосередньо впливає на ефективність роботи підприємства. Зношеність основних фондів вимагає не тільки їх швидкої заміни, а й якісного поліпшення, що стає можливим за інтенсивного розширеного відтворення основних фондів.

Згідно П(С)БО 7 «Основні засоби» – матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або поставки товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний термін корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік) [1].

Процес відновлення потребує належних фінансових вкладень. Поточна економічна ситуація більшості підприємств не дозволяє їм належним чином відновити свої основні засоби через брак вільних коштів, а використання зовнішнього фінансування не є найкращим варіантом. Тому підприємствам слід переглянути та оптимізувати свої внутрішні джерела фінансування для забезпечення процесу відновлення основних засобів.

Відтворення основних засобів - це процес виробництва та використання, зносу, амортизації, підтримання в робочому стані шляхом ремонту та відновлення в натуральній формі основних засобів.

Процес відтворення має свою мету, яка полягає в оновленні та заміщенні основних засобів. Викликано це, перш за все, тим, що у процесі експлуатації засоби праці стають непридатними до виконання необхідного обсягу робіт (фізичний знос) або тим, що на ринку з'являються найбільш дешеві та продуктивні за наявні на підприємстві засоби праці (моральний знос) [2].

Розрізняють два види відтворення основних засобів: просте та розширене відтворення.

Просте відтворення основних засобів - це відновлення активу в тому ж обсязі, як якщо б він був зношений і вибув. Цього можна досягти шляхом заміни або ремонту окремих частин активу, що амортизується, або шляхом придбання нового активу.

Розширене відтворення - це відтворення існуючих основних засобів шляхом збільшення їх кількості та розширення за рахунок удосконалення або придбання більш продуктивних та економічних основних засобів. Розширене відтворення може здійснюватися у формі нового будівництва, технологічного переоснащення, реконструкції та розширення підприємств, модернізації об'єктів та придбання об'єктів [3].

З постійним розвитком технологій та науки підприємствам потрібно мати основні засоби, які б могли не просто забезпечити процес виробництва, тому належний стан та використання основних засобів є однією з конкурентних переваг підприємств, адже належний стан та використання основних засобів має безпосередній вплив на операційну ефективність підприємств, підвищує продуктивність праці, покращує якість продукції, мінімізує витрати на виробництво та підвищує якість продукції [4].

Першим етапом у процесі відновлення основних засобів є визначення потреби у їх відновленні. На цьому етапі необхідно дослідити причини неефективної експлуатації основних засобів та оцінити можливі шляхи усунення факторів, що знижують ефективність використання основних засобів. Для цього підприємству необхідно оцінити стан, склад і структуру основних засобів.

При оцінці стану та структури основних засобів, підприємство може виявити обладнання, яке не використовується протягом тривалого часу або зовсім не придатне для виробничої діяльності.

Компанія сама має право обрати форму ліквідації цих основних засобів. Невикористані основні засоби можуть бути продані або здані в оренду для можливості отримання додаткових коштів на забезпечення відтворення наявних основних засобів.

Іншим джерелом оновлення основних фондів є прибуток, що залишається у розпорядженні підприємства. Використання прибутку підприємства визначається підприємством самостійно. Прибуток може бути використаний на просту заміну або вдосконалення та розвиток виробничих потужностей.

Для забезпечення відтворення основних фондів також доступні інші джерела фінансування. До них відносяться позикові та залучені кошти. Недоліком цих джерел фінансування є те, що вони мають такі особливості, як повернення та платність. У нинішніх нестабільних економічних умовах компаніям не доцільно позичати кошти, які навряд чи будуть повернуті.

Таким чином, проблема дослідження сутності, принципів, підходів та джерел відтворення основних засобів підприємств в сучасних умовах, пов'язана з певними суперечностями, які не зникають.

Основні засоби є найбільшою складовою виробничого капіталу підприємства. Основні засоби складають основу господарської діяльності та забезпечують стабільність і стійкість господарської діяльності. Тому збереження та ефективне використання основних засобів протягом нормативного або очікуваного строку їх корисного використання є першочерговим завданням.

Ефективне відтворення основних засобів підприємств у сучасних умовах визнається одним з найбільш суперечливих і трудомістких процесів.

Список використаних джерел:

1. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7 "Основні засоби": Наказ М-ва фінансів України від 27.04.2000 р. № 92: станом на 29 лип. 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00#Text>
2. Шляга О. В., Масилюк Б. В. Відтворення основних фондів підприємств: сутність, види, джерела. URL: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_7_120.pdf
3. Русов А. Відтворення основних фондів аграрних підприємств: теоретичні аспекти та сучасні тенденції. Студентський науковий вісник, м. Миколаїв. Миколаїв, 2019. С. 64–68.
4. Сазонов Р. В., Данилов Є. Ю., Єгоров Є. О. Проблеми організації обліку витрат інноваційної діяльності та шляхи їх вирішення. Економічні науки. 2018. № 11. С. 316–322.

ЛОМБАРДНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Рачинський А.М.,

*Здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня за спеціальністю 051
Економіка (Прикладна економіка)*

Ємець О.І.,

*К. е. н., доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна*

Ломбардна діяльність під час війни може піддаватися різноманітним впливам і змінам через економічні, соціальні та політичні турбулентності, які супроводжують конфлікт. Важливо отримати контекст конкретної ситуації, оскільки воєнний час може мати великий вплив на фінансовий сектор та позиції в цілому. Нижче помічені деякі аспекти ломбардної діяльності під час воєнного стану:

Зміни в економіці: війна може призвести до значних змін в економіці, таких як інфляція, зростання ціни, руйнування промисловості. Ці фактори можуть впливати на фінансові можливості ломбардів [4].

Ломбардна діяльність у період війни може бути піддана різним впливам та регіонам, залежно від конкретного контексту військових подій, економічних умов та регулятивних заходів у країні чи регіоні.

Нами окреслено деякі аспекти щодо можливостей ломбардної діяльності під час війни.

Посилення фінансової нестабільності: у воєнний період економіка може бути піддана тиску через збільшені витрати на військові потреби. Це може призвести до збільшення фінансових труднощів серед населення та підприємств.

Збільшений попит на фінансову допомогу: умови війни можуть спричинити збільшення потреб у фінансовій допомозі серед населення та бізнесу. Люди можуть звернутися до ломбарду щоб отримати кошти під заставу техніки чи дорогоцінностей.

Зміна портфеля активів: люди можуть віддавати в заставу цінні речі, що мають високу вартість, і вони можуть служити джерелом фінансування в умовах війни.

Регулятивні обмеження: уряди можуть вводити різні обмеження та контроль над фінансовим сектором, у тому числі ломбардів, з метою забезпечення фінансової стійкості та використання ресурсів у воєнний час.

Зміна відсоткових ставок: у воєнний період може відбуватися регулювання відсоткових ставок з метою впливу на економічну активність бізнесу та рівень інфляції [2].

Використання ломбардів для мобілізації ресурсів: уряд може використовувати ломбарди як засіб для залучення фінансових ресурсів на потреби військових операцій.

Важливо зазначити, що вплив війни на ломбардну діяльність буде визначати конкретні характеристики військового конфлікту, економічне середовище та регулятивні заходи, які вживають у певній країні чи регіоні.

Національний банк України на своїй сторінці у facebook розповідає які труднощі виникають у діяльності ломбардів під час війни та як їх можна вирішити.

Серед головних проблем галузі представники ринку назвали:

- мародерство та розкрадання майна на тимчасово окупованих територіях і в місцях проведення бойових дій;
- запровадження обмежень для зняття готівки ломбардами;
- труднощі ідентифікації клієнтів, які втратили документи в результаті воєнних дій або вимушеного переїзду.

Національний банк, дбаючи про безпеку учасників ринку та його клієнтів, наголосив, що під час дії воєнного стану краще використовувати безготівкові розрахунки, де це можливо.

Крім того, не варто змінювати встановлені раніше підходи до ідентифікації клієнта, оскільки посилюється боротьба з фінансуванням тероризму.

На час дії воєнного стану Національний банк:

- встановив мораторій на планові та позапланові перевірки ломбардів;
- скасував заходи впливу за неподання звітності та інформації на вимогу чи запити регулятора;
- відстрочив виконання значної кількості положень нових ліцензійних вимог;

- відтермінував строк приведення діяльності у відповідність до вимог нових регуляторних документів.

Регулятор та учасники ринку домовилися про проведення зустрічей на постійній основі для оперативного вирішення проблемних ситуацій, що виникають у період дії воєнного стану [3].

Вигідність роботи ломбардів під час війни може залежати від ряду факторів, включаючи конкретні умови військового конфлікту, економічну зміну та регулювання в країні чи регіоні. На нашу думку існує ряд аспектів, які можуть вплинути на вигідність ломбардної діяльності під час війни.

Попит на фінансові послуги: збільшений попит на кредити та фінансові послуги може створити можливості для ломбардів. Умови війни можуть призвести до фінансових труднощів серед населення та підприємств, що збільшить попит на грошові витрати.

Зміна портфеля активів: умови війни можуть змусити людей та підприємство шукати можливості забезпечення фінансового капіталу через віддачу в заставу цінних речей.

Регулювання влади: регулювання влади та урядові рішення можуть впливати на умови роботи ломбардів. Наприклад, введення обмежень або контролю над процентними ставками може вплинути на прибутковість ломбардної діяльності.

Безпека та ризики: умови війни можуть призвести до збільшення ризиків, пов'язаних із безпекою. Ломбарди можуть стикатися з ризиками втрати або пошкодження заставних речей через воєнні дії чи соціальні турбулентності [1].

Вигідність роботи ломбардів під час війни може бути обумовлено поруч із факторами, і це може залежати від конкретних особливостей, контексту військових подій та економічного середовища. У воєнний час може збільшитися потреба у фінансових ресурсах серед населення та бізнесу через збільшення витрат на військові потреби та зміни в економічному кліматі.

Також люди та підприємства можуть знаходитися у фінансових труднощах. Ломбарди можуть вигідно використати цей час для звернення клієнтів, які шукають швидких фінансових рішень.

Уряд може ввести регулятивні обмеження на ломбардну діяльність, щоб контролювати фінансовий сектор у воєнний період. Це може вплинути на умови та прибутковість ломбардів.

Умови війни можуть створити додатковий ризик для ломбардів у зв'язку з можливістю економічної нестабільності та безпековими проблемами.

А також уряд може проводити заходи з мобілізації ресурсів на підтримку військових потреб. Це може вплинути на здатність ломбардів використовувати свою активність.

Можна стверджувати, що вигідність ломбардної діяльності у значній мірі залежить від конкретних потреб та ринкових умов у країні чи регіоні, де діють ломбарди.

Список використаних джерел:

1. Важливі теми. Новини. URL: <https://news.dtki.ua/finance/bank-system/75990-iaak-lombardi-praciuiut-rid-cas-viini> (дата звернення 11.11.2023 р.).
2. Ломбардний бізнес: тенденція сьогодення - динамічний розвиток // Україна Бізнес від 15 червня 2011 р. URL: <http://www.ukrbizn.com/.727> (дата звернення 01.11.2023 р.).
3. Офіційний сайт Національного банку України URL: <http://www.bank.gov.ua/control/uk/index> (дата звернення 16.11.2023 р.).
4. Проект закону «Про ломбарди і ломбардну діяльність». URL: <http://wl.cl.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc41?p0511=45078>. (дата звернення 11.11.2023 р.).

ЗВІТ ПРО УПРАВЛІННЯ – ГАРМОНІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ОБЛІКУ З ЄВРОПЕЙСЬКИМ

Сакун А.Ж.,

к. е. н., доцент, доцент кафедри підприємництва, обліку та фінансів

Гонтарук А.Г.,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня,

Херсонський державний аграрно-економічний університет

В сучасних умовах підвищуються вимоги до інформації, що відображає стан і результати діяльності підприємств. Формат надання звітності змінюється через нову філософію оцінки фінансових результатів, зміст якої полягає в інтеграції головних фінансових показників з нефінансовими. Ця інформація відображає різні аспекти діяльності суб'єктів господарювання, включаючи політику управління соціально-екологічними ризиками та стратегію розвитку підприємства [1]. Це призводить до виникнення та поширення нових форм звітності, які надають повну та достовірну інформацію стейкхолдерам про всі аспекти діяльності підприємства, включаючи Звіт про управління. Необхідність упровадження Звіту про управління викликано процесами імплементації законодавства Європейського Союзу з бухгалтерського обліку, зокрема Директиви 34/ЄС та МСФЗ, в національну нормативну базу [2]. Проте, вітчизняні підприємства можуть мати обмежений досвід у складанні та представленні Звітів про управління, що впливає на рівень їх інформаційної наповненості. У зв'язку з цим, важливим є проведення дослідження наявних вимог та підходів до формування Звіту про управління.

Велика кількість підприємств по всьому світу готують та публікують свої щорічні звіти, і частиною цих документів є Звіт про управління. Проте в різних країнах цей документ може мати різні назви. Наприклад, в Канаді та США цей звіт називається «Management Discussion and Analysis» (MD&A), що можна перекласти як «Звіт керівництва та аналіз». У Німеччині цей документ називається «Management Report» – "Звіт керівництва"[3].

Звіт про управління – це документ, що включає в себе інформацію, яка охоплює як фінансові, так і нефінансові аспекти, для оцінки поточного стану та майбутніх перспектив

розвитку підприємства. Він також розкриває основні ризики і невизначеності, пов'язані з його діяльністю. Звіт про управління доповнює фінансову звітність підприємства, надаючи інформацію, яка не може бути належним чином відображена у фінансових звітах, але має велике значення для прийняття рішень користувачами [4]. Цей звіт може бути представлений у двох основних форматах:

- **Окремий звіт:** Звіт про управління існує як самостійний документ, який подається окремо від фінансової звітності підприємства. В цьому форматі він концентрується на описі стратегії, ризиків, підходів до управління іншими аспектами діяльності компанії.
- **Відокремлена частина більшого звіту:** Звіт про управління може також включати в себе окремих розділ або розділи в рамках більшого звіту підприємства, який включає і фінансову звітність. Цей підхід допускається у міжнародній практиці і дозволяє поєднувати інформацію про фінансовий стан компанії з інформацією про її управління та стратегію [6].

Обрана форма залежить від облікової політики підприємства та вимог стандартів звітності, і це важливий інструмент для забезпечення стейкхолдерів інформацією про всебічний аналіз і оцінку діяльності підприємства.

Основні цілі Звіту про управління включають:

- надання інвесторам, кредиторам та іншим зацікавленим сторонам інформації, яка допомагає їм зрозуміти фінансову звітність підприємства в контексті його ділового середовища;
- визначення найважливіших проблем, що стоять перед підприємством, і подання можливих шляхів їх вирішення керівництвом;
- пояснення ключових тенденцій і факторів, які можуть вплинути на продуктивність, стан і розвиток підприємства, а також оцінка стратегій, обраних підприємством, і їхнього потенційного успіху [5].

Врахування цих аспектів означає, що Звіт про управління надає пояснення щодо фінансової звітності, надаючи основним зацікавленим сторонам інформацію для оцінки майбутніх грошових потоків та управління ресурсами підприємства.

Звіт про управління – не забаганка Мініну, а наслідок адаптації національного законодавства до європейського. Приймається, що фінансова звітність не може надати інвесторам і бізнесу всю необхідну інформацію про діяльність компанії. Звіт про управління повинен усунути цей недолік та надати інформацію про діяльність підприємства, яку неможливо отримати з річної фінансової звітності та приміток до неї. Ця інформація може включати:

фінансовою – аналіз показників діяльності та існуючих ризиків, реалізація основних фінансових показників діяльності, прогнозування фінансових показників;

нефінансові – створення нового продукту, розширення ринків збуту, соціальна діяльність, екологічна діяльність, захист прав людини, дослідження та розробки, досягнення ключових нефінансових показників ефективності, опис перспектив розвитку компанії тощо.

Звіт про управління не можна розглядати як чисту «бухгалтерську звітність», і до його підготовки можна і потрібно залучати інших спеціалістів компанії або зовнішніх консультантів. Він досить «креативний», оскільки форма, структура, спосіб подання інформації, детальний зміст та обсяг не регламентуються державними органами. Його слід розглядати як візитну картку компанії, а не офіційний звіт.

Отже, Звіт про управління є важливим доповненням до річних фінансових звітів підприємства. Його мета - надати інвесторам, кредиторам та іншим зацікавленим сторонам інформацію про розвиток, діяльність та стан підприємства, а також визначити ключові ризики та невизначеності. Враховуючи інформацію з цього звіту, користувачі можуть краще розуміти ситуацію та приймати інформовані рішення стосовно інвестицій та кредитування підприємства. Звіт про управління має завдання надавати повну та вичерпну інформацію стейкхолдерам щодо різних аспектів діяльності підприємства, включаючи як фінансову, так і нефінансову інформацію. Особливу увагу при складанні цього звіту слід приділити розкриттю інформації про соціальні та екологічні аспекти діяльності підприємства, включаючи конкретні показники.

Список використаних джерел:

1. Саун А.Ж. Глобалізація світової економіки та розвиток бухгалтерського обліку. *Актуальні аспекти розвитку підприємств аграрної сфери: облік, аудит та оподаткування*. Херсон, 2018. С. 42-43 URL: www.ksau.kherson.ua
2. Директива 2013/34/ЄС Європейського Парламенту та Ради про щорічну фінансову звітність, консолідовану фінансову звітність та пов'язані з ними звіти певних типів компаній, що вносить поправки до Директиви 2006/43/ЄС Європейського Парламенту та Ради та скасовує 78/660/ЄЕС и 83/349/ЄЕС. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/MU13169.html
3. Звіт про управління: історичні й законодавчі передумови складання. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/reader/BZ011381>
4. Закон України № 996-XIV від 16.07.1999 р. «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>
5. Закон України № 2435-IX від 19.07.2022 р. «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2435-20#Text>
6. Звіт про управління 2022. URL: <https://www.golovbukh.ua/article/7447-zvt-pro-upravlnnya-neviznacheniy-ne-zovsm-buhgalterskiy>
7. Гнедіна, К. ., & Нагорний, П. . (2021). ЗВІТ ПРО УПРАВЛІННЯ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ. *Проблеми і перспективи економіки та управління*, (1(25)), 134–142. [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2021-1\(25\)-134-142](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2021-1(25)-134-142)

ЗВІТ ПРО ПЛАТЕЖІ НА КОРИСТЬ ДЕРЖАВИ: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ

Сақун А.Ж.,
к. е. н., доцент, доцент кафедри підприємництва, обліку та фінансів
Лопушенко І.П.,
здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня,
Херсонський державний аграрно-економічний університет

Українському бізнес-середовищу доводиться створювати велику кількість усіляких звітів і витрачати на це багато часу та зусиль. Тому не дивно, що новина про появу чергового звіту серед підприємців і бухгалтерів була сприйнята, м'яко кажучи, без ентузіазму. Ми набули значного досвіду звітування за кордоном, законодавча база детально опрацьована і продовжує вдосконалюватися. У переважній більшості розвинених країн світу складання звітності за Міжнародними стандартами фінансової звітності (МСФЗ) є обов'язковим [1]. А враховуючи те, що в 2020 році в Україну прийшла пандемія коронавірусу, в цьому контексті було введено багато законодавчих послаблень щодо відповідальності за неподання або несвоєчасне подання окремих Звітів і це торкнулося Звіту про платежі на користь держави, тому компанії не поспішали здавати, а з початком повномасштабної війни, яка триває досі – мало кому дійшло до вивчення січневих новинок у порядку подачі цього Звіту [2].

Звіт про платежі на користь держави — документ, який містить сумарну інформацію про діяльність суб'єктів господарювання, що здійснюють діяльність у видобувних галузях або заготівлю деревини. Відображається деталізована інформація про податки і збори, інші платежі, що були сплачені або належні до сплати на користь держави відповідно до закону.

Звіт про платежі на користь держави доволі новий (почали подавати зі звіту за 2018 р.). Подавати його мають суб'єкти господарювання специфічних та доволі «нішових» галузей. Ба більше, 15.01.2022 р. набрали чинності зміни до порядку подання цього Звіту (мовиться про Закон України від 16.12.2021 р. № 1974-IX) [3]. Так от, хто готує? (рис.1)

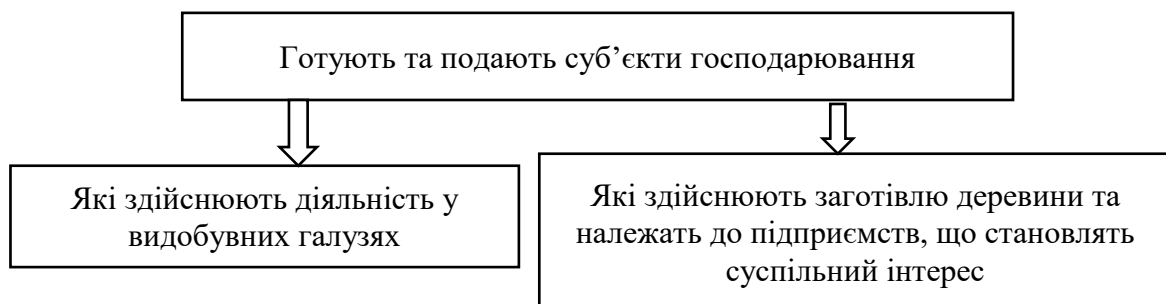


Рис. 1. Кого стосується Звіт про платежі на користь держави

Відповідно до ст.11 Закону [3] форма та склад звіту про платежі на користь держави підприємств встановлюються центральним органом виконавчої влади, що в свою чергу,

реалізує державну політику у сфері бухгалтерського обліку, за погодженням із центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

Набрав чинності у 2022 році Закон України № 2435-ІХ від 19.07.2022 року «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (далі – Закон № 2435), де внесено ряд доповнень щодо вимог подання та опублікування фінансової звітності [4]. Термін оприлюднення річної фінансової звітності разом з аудиторським звітом співпадає з термінами оприлюднення Звіту про управління, Звіту про платежі на користь держави. Відповідно до нових вимог Закону № 996 [5] терміни оприлюднення наступні:

до 30 квітня року, що настає за звітним періодом, зобов'язання стосуються: підприємств, що становлять суспільний інтерес (крім великих підприємств, які не є емітентами цінних паперів), публічних акціонерних товариств, суб'єктів природних монополій на загальнодержавному ринку, суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність у видобувних галузях;

до 1 червня року, що настає за звітним періодом, зобов'язання стосуються: великих підприємств, які не є емітентами цінних паперів, середніх підприємств; материнських підприємств великої групи, які не належать до категорії великих підприємств (крім суб'єктів інвестиційної діяльності, які не складають консолідовану фінансову звітність відповідно до міжнародних стандартів) -стосовно річної консолідованої фінансової звітності, складеної за міжнародними стандартами, разом з аудиторським звітом, консолідованим звітом про управління, консолідованим звітом про платежі на користь держави, материнських підприємства, які одночасно є дочірніми підприємствами та відповідно до вимог національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку або міжнародних стандартів не подають консолідовану фінансову звітність — стосовно річної консолідованої фінансової звітності свого материнського підприємства разом з аудиторським звітом та консолідованим звітом про управління [6] (рис.2) .

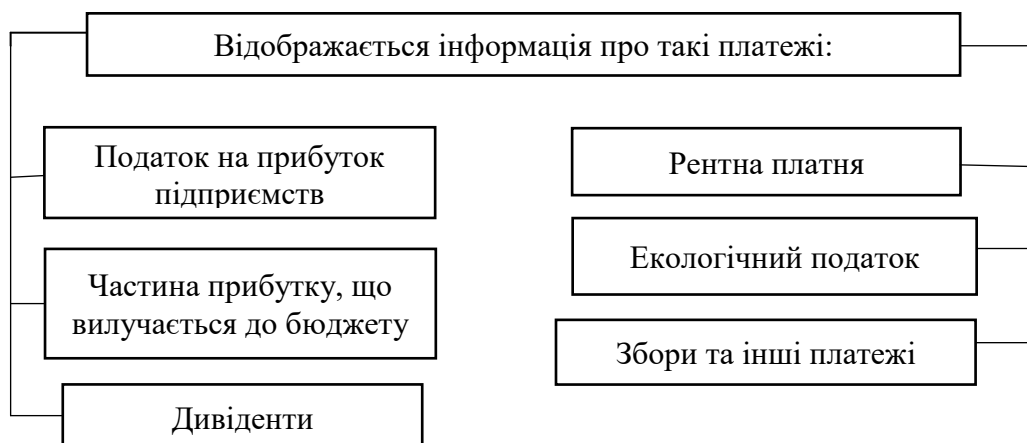


Рис. 2. Структура платежів

Нові вимоги Закону № 996 зобов'язують перелічених вище суб'єктів господарювання:

- мати діючий веб-сайт або веб-сторінку;
- оприлюднювати не тільки річну фінансову звітність (консолідовану фінансову звітність) разом з аудиторським звітом, а й іншу інформацію, а саме звіт про управління (консолідований звіт про управління) та звіт про платежі на користь держави (консолідований звіт про платежі на користь держави);
- зберігати на веб-сайтах оприлюднену річну фінансову звітність та консолідовану фінансову звітність у повному обсязі разом з аудиторськими звітами не менше шести років[6].

Оприлюднення звіту про платежі на користь держави сприятиме підвищенню рівня доступності та прозорості інформації щодо діяльності підприємств, які проводять заготівлю деревини та є об'єктом суспільного інтересу. Це сприятиме розширенню можливостей користувачів, зокрема громадськості, а також органів місцевого самоврядування на території яких здійснюється заготівля деревини, вільний доступ до інформації про сплачені та нараховані платежі цими підприємствами на користь держави.

Список використаних джерел:

1. Сакун А.Ж. Глобалізація світової економіки та розвиток бухгалтерського обліку. *Актуальні аспекти розвитку підприємств аграрної сфери: облік, аудит та оподаткування*. Херсон, 2018. С. 42-43 URL: www.ksau.kherson.ua
- 2.Звіт про платежі на користь держави за 2022 рік: хто його складає та куди подає. URL: <https://gazeta.vobu.ua/archives/46495>
- 3.Закон України від 16.12.2021 р. № 1974-IX «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо забезпечення прозорості у видобувних галузях». URL: <https://document.vobu.ua/doc/9343>
- 4.Закон України № 2435-IX від 19.07.2022 р. «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2435-20#Text>
- 5.Закон України № 996-XIV від 16.07.1999 р. «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>
6. Зміни до закону №996 – Звіт з управління та Звіт про платежі. URL: <https://audit-invest.com.ua/ua/articles/blog/zminy-do-zakonu-996-zvit-z-upravlinnya-za-zvit-pro-platezhi>

КЛАСИФІКАЦІЯ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇХ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК З ОБ'ЄКТАМИ ОБЛІКУ

Сікач Н.С.,

аспірант спеціальності 071 “Облік і оподаткування”

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Підприємницька діяльність, що здійснюється в умовах конкурентної боротьби, постковідного відновлення та в умовах воєнного стану піддається низці ризиків, які потенційно створюють перешкоди для ефективного функціонування та розвитку. Тому кожен суб'єкт господарювання шукає шляхи своєчасної ідентифікації ризиків, способи їх коректної оцінки для уможливлення прийняття управлінських рішень спрямованих на підвищення ефективності підприємницької діяльності. Слушно вказує Г.О. Ткачук [1, с. 82], що ідентифікація ризиків і пов'язаних із ними потенційних загроз бізнесу, у т. ч. мінімізація

ризиків, пов'язаних із недостовірною обліковою інформацією, є основним завданням обліково-аналітичного забезпечення підприємства.

Питання обліково-аналітичного забезпечення системи управління ризиками висвітлені у працях відомих вчених-економістів, а саме: А.Д. Бутка, С.І. Василішин, І.М. Вигівської, О.І. Гадзевича, І.Л. Грабчук, К.В. Ізмайлової, Т.М. Ковальчук, М. Я. Коробова, Л.А. Лахтіонової, В. О. Меца, Є. В. Мниха, А. М. Нескреби, В. В. Сопко, Ю. С. Цал-Цалка, М. Г. Чумаченка, С. І. Шкарабана та інших. Не применшуючи значущості напрацювань учених, слід відзначити, що у вітчизняній і зарубіжній літературі дотепер не вирішено проблеми формування обліково-аналітичної інформації, яка б оперативно давала змогу приймати рішення щодо адекватного реагування на ризики та підвищувати ефективність підприємницької діяльності. Тому доцільно розглянути класифікацію ризиків підприємницької діяльності як основи подальшого управління ними.

Класифікація ризиків підприємницької діяльності - це групування потенційних загроз, які можуть впливати на успішність бізнесу, що дає змогу ідентифікувати їх і приймати управлінські рішення на усунення чи мінімізації їх впливу. Вивчення наукової літератури дає можливість навести такі основні види ризиків підприємницької діяльності: 1) за видами діяльності підприємства: виробничий, фінансовий, комерційний, інвестиційний, валютний, юридичний, інноваційний; 2) за сферою походження: соціально-політичний, адміністративно-законодавчий, військовий; 3) за причинами виникнення: природно-екологічний, географічний, геополітичний, ризик невпевненості в майбутньому, ризик нестачі інформації; 4) за відповідністю допустимим межах: допустимий, критичний катастрофічний; 5) за можливістю прогнозування: прогнозований, непрогнозований; 6) за напрямом походження: внутрішні та зовнішні по відношенню до підприємства; 7) за часовим фактором: короткострокові та довгострокові тощо.

Василішин С.І. [2, с. 181] виокремила найбільш важливі види ризиків, що потребують належного інформаційного забезпечення й встановила взаємозв'язок з об'єктами обліку, що представлено в таблиці 1.

Взаємодія між ризиками підприємницької діяльності та об'єктами обліку полягає в тому, що якісно функціонуюча система бухгалтерського обліку може виявляти й вимірювати ризики, що дозволяє підприємству досягати своїх цілей та забезпечувати стабільність в довгостроковій перспективі. Сформоване якісне інформаційне забезпечення системи управління створює необхідні умови для забезпечення сталого економічного розвитку як підприємства, так і національної економіки в цілому [3, с. 209] та дозволяє мінімізувати ризики підприємницької діяльності.

Взаємозв'язок ризиків підприємницької діяльності та об'єктів обліку

Класифікаційні групи ризиків	Сутність	Статті фінансової звітності чи об'єкти обліку
Інвестиційний ризик	Полягає у загрозі нездійснення інвестування чи отримання збитків від здійснення інвестицій	Показники зі статтями капітальних чи фінансових інвестицій
Ризик неефективності управління активами	Визначається через низький рівень віддачі необоротного та оборотного капіталу, що загрожує внутрішній економічній безпеці підприємства	Запаси, дебіторська заборгованість, основні засоби та нематеріальні активи
Інфляційний ризик	Пов'язаний із негативним впливом на господарську діяльність зростання індексу інфляції	Монетарні статті фінансової звітності, особливо гроші та їх еквіваленти
Юридичний ризик	Полягає в імовірності настання необхідності суттєвих поточних виплат за договірними зобов'язаннями	Кредиторська заборгованість та інші види зобов'язань
Валютний ризик	Зумовлює ймовірність утрати економічних вигід чи зниження вартості окремих об'єктів обліку внаслідок стрімкого зниження валютного курсу	Монетарні статті, оцінені в іноземній валюті
Кредитний ризик	Виникає в разі несплати дебіторами вартості реалізованої продукції, виконаних робіт чи наданих послуг згідно з договірними умовами	Статті дебіторської заборгованості
Інформаційний ризик	Дії або події, які можуть спричинити втрати інформації чи несанкціоноване її використання, а також розголошення комерційної таємниці	Рахунки управлінського та фінансового обліку

Джерело: [2, с. 181]

Список використаних джерел:

1. Ткачук Г.О. Ідентифікація економічних ризиків в обліково-аналітичній системі підприємства. *Економіка харчової промисловості*. 2015. Вип. 4. Т. 7. С. 80–88.
2. Василішин С.І. Ризики економічної безпеки в системі обліково-аналітичного забезпечення управління підприємствами. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. Випуск № 3(71). С. 178-183.
3. Pylypiv N. I., Maksymiv Yu. V., Piatnychuk I. D. Conceptual approach to construction of accounting and information provision of social responsibility for business enterprises through the prism of the business partnership system. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*. 2018. 4(27), 201-211. <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v4i27.154374>

ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Солоджук Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Сучасні умови ведення підприємницької діяльності характеризуються невизначеністю і проявом значної кількості ризиків. Проведене у серпні 2023 року дослідження стану малого та середнього бізнесу в Україні та його очікувань в умовах війни засвідчило, що бізнес має

негативні очікування щодо подальшого розвитку ситуації на ринку. При цьому 30,7% опитаних підприємств засвідчили існування проблеми відсутності достатньої кількості капіталу, а 47,6% – відсутність достатньої кількості платоспроможних клієнтів на внутрішньому ринку [1]. Саме тому питання фінансового забезпечення ведення бізнесу набуває особливої актуальності.

Усі джерела фінансування підприємств у сучасних умовах можна розділити дві групи: внутрішні та зовнішні.

До внутрішніх джерел фінансування підприємства можемо віднести нерозподілений прибуток, амортизаційні відрахування і кошти, отримані від реструктуризації активів.

До зовнішніх — внески засновників, безповоротну фінансову допомогу, а також усі види позикового капіталу: банківські кредити, емісію облігацій, кошти залучені за договорами фінансового лізингу, які залучаються на умовах поворотності, платності, строковості та цільового використання.

Кожен елемент капіталу має свою вартість, яка визначається у відсотковому вираженні із врахуванням як виплат власникам залученого капіталу, так і витрат на його оформлення та можливості віднесення на витрати підприємства, що дозволяє зменшити базу оподаткування податком на прибуток.

На практиці, для фінансування підприємницької діяльності може бути обрано не одне, а кілька джерел капіталу. Якщо такі джерела сформовані в оптимальному співвідношенні, то це дозволяє підприємству з одного боку максимізувати рентабельність цих вкладень, а з іншого – мінімізувати понесені витрати на їх залучення.

Зважаючи на це, виділяють два основні підходи до оптимізації структури капіталу підприємства:

- мінімізація витрат – в основі цього критерію лежить розрахунок показника середньозваженої вартості капіталу, який визначається як добуток вартості кожного елемента залучення капіталу і частки цього елемента у загальній сумі капіталу підприємства;
- максимальний приріст рентабельності власного капіталу, що визначається за допомогою показника фінансового левериджу, який розраховуємо із врахуванням коефіцієнта рентабельності активів підприємства, зменшеного на відсоток плати за кредит, частки доходу, що залишається після сплати податку на прибуток, а також співвідношення залученого та власного капіталу підприємства.

При традиційному підході до залучення капіталу підприємством ці два показники є базовими для прийняття рішення про залучення фінансування з того чи іншого джерела.

Проте в сучасних умовах варто також зважати на рівень та ймовірність виникнення ризиків за кожною такою фінансовою операцією, а також враховувати втрачену вигоду чи від здійснення вибору джерел фінансування.

Також з часу початку війни значно збільшилася кількість грантових програм, що дозволяють вітчизняному бізнесу залучити кошти на ведення поточної діяльності чи капітальні видатки. Наразі діючі програми для представників бізнесу

Дія. Бізнес, що дозволяє одержати гранти на організацію власного бізнесу, у тому числі для ветеранів та членів їх сімей від держави у рамках програми міжнародної технічної допомоги [2].

Програма USAID з аграрного і сільського розвитку, Програма USAID «Конкурентоспроможна економіка України» [3] створена для фінансування стартапів, малих та середніх підприємств для підвищення конкурентоспроможності, формування сприятливого ділового середовища, а також одержання вигод від міжнародної торгівлі.

Erasmus for Young Entrepreneurs програма, яка дає можливість підприємствам - початківцям можливість вчитися у досвідчених підприємців, які ведуть малий бізнес в інших країнах-учасницях [4].

Програма Horizon Europe, яка фінансує інноваційні розробки, проведення науково-дослідних робіт підприємствам, що мають наукову складову.

Програма «**Конкурентоспроможність підприємств малого і середнього бізнесу**» [5] (**Competiveness of Small and Medium Enterprises (COSME)**), що дозволяє одержати кошти на консультаційні послуги щодо експортно-імпоротної діяльності, покращення умов конкурентоспроможності та різного роду освітні програми, тренінги, стажування і т.п.

Проте, грантові кошти мають свої особливості, які обов'язково мають бути враховані при розробці та поданні грантових заявок, а також витрачання коштів. Серед них можемо виокремити наступні:

1. Кожна донорська організація (грантодавець) має певні пріоритети своєї діяльності, тому за рахунок коштів, одержаних у рамках різних програм можна профінансувати абсолютно різні напрями діяльності (науково-дослідні розробки, придбання обладнання, стажування працівників на провідних іноземних підприємствах з метою одержання досвіду, участь у міжнародних виставках, налагодження бізнес-процесів чи одержання менторських консультацій). Тому варто шукати конкурсні програми, які фінансують саме те, що потрібно на даний момент бізнесу;

2. Місія та пріоритети донора мають співпадати із місією та пріоритетами суб'єкта господарювання, який подається на конкурс.

3. Перелік витрат, обмеження коштів за різними статтями бюджету проекту, проведення робіт у встановлені умовами грантового конкурсу – все має бути враховано у грантовій заявці.

4. При поданні заявок на одержання фінансування по інфраструктурній складовій (проведення будівництва, капітального ремонту, придбання обладнання і т.п.) необхідно

подавати техніко-економічне обґрунтування робіт та витрат, що вимагає залучення додаткових ресурсів.

5. Для одержання гранту, донорські організації можуть вимагати наявності власного внеску з боку підприємства (здебільшого у грошовій, інколи дозволено в натуральній формі).

6. Грантові кошти можуть видаватися траншами, а проведення останнього траншу може за умовами конкурсу здійснюватися після повного завершення проекту, що вимагає вкладення коштів з інших джерел до моменту їх одержання від грантодавця.

7. Грантодавець завжди вимагає ретельного моніторингу виконання проекту, а також проміжного та фінального звітування, що теж потребує певних ресурсів.

До виключних переваг грантових програм можна віднести те, що дані кошти надаються на безповоротній основі та можуть бути основою для фінансового забезпечення заходів та видів діяльності, які немає можливості профінансувати за рахунок власних чи позикових коштів. Водночас участь у грантових конкурсах відкриває можливості для формування вигідних партнерств, навчає працювати у відповідності до міжнародних стандартів і підвищує рівень ведення бізнесу на якісно вищій рівень.

Список використаних джерел:

1. Длігач А. Стан та перспективи МСБ в Україні. Результати дослідження. Українська правда. 03.07.2023 р. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/07/3/701842/>
2. Державні послуги онлайн. Дія.Бізнес. URL: <https://diia.gov.ua/>
3. Сайт Програми USAID. URL: <https://chemonics.submittable.com>
4. The European exchange programme for Entrepreneurs. Erasmus for Young Entrepreneurs. URL: <https://www.erasmus-entrepreneurs.eu/>
5. Програма COSME. Євроінтеграційний портал. URL: <https://eu-ua.org/cosme/>

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ У ВОЄННИХ УМОВАХ

Стаценко А.І.

магістрант

Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, Україна

Погорелова О.В.

кандидат економічних наук, професор, професор обліку і економічного аналізу

Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, Україна

Підприємства зазначають результати своєї діяльності у звітності, але багатьом користувачам інформації замало лише фінансової звітності. Світові тенденції соціальної відповідальності останніх десятирічч активно ширяться всією планетою, тому вітчизняні підприємства також почали відображати результати діяльності у нефінансових звітах.

Чимало підприємств викладають результати соціально-відповідальної практики через власні веб-сторінки. Крім власних веб-сайтів для поширення інформації використовують і

деякі інші корпоративні реєстри: 3BL CSRwire [1], CorporateRegister [2] та GRI Standarts Registration System [3].

Докладніше зупинимось на CorporateRegister [2] – надає дані щодо кількості підприємств у світі, які офіційно подають звіти з корпоративної відповідальності (див. табл. 1). Ця організація управляє глобальним веб-сайтом, який включає найбільш повну у світі онлайн-базу корпоративних нефінансових звітів. База містить понад 152,6 тис. звітів від 22,4 тис. підприємств з 160 країн світу. Доступ до корпоративного реєстру є безкоштовним. Важливо відзначити, що ця інформація постійно оновлюється при надходженні нових звітів від підприємств. Обов'язковою умовою для подання звітності є її представлення англійською мовою.

Таблиця 1

Динаміка кількості поданих соціальних звітів в окремих країнах Європи

Країна	Кількість соціальних звітів за роками					Загальна кількість звітів	Кількість організацій
	2016	2017	2018	2019	2020		
Великобританія	833	811	731	788	939	16 277	2 216
Німеччина	679	658	708	801	820	11 745	1 771
Іспанія	524	538	532	580	577	8 267	1 024
Італія	374	395	503	567	610	7 884	1 167
Франція	588	609	588	666	664	8 646	1 007
Ісландія	10	10	11	12	11	167	19
Україна	9	14	10	10	11	144	26
Словаччина	7	6	7	9	6	131	10

Джерело: сформовано авторами за даними [2].

За період з 2016 року по 2020 рік за кількістю соціальних звітів серед досліджених країн Європи лідирують Німеччина та Великобританія. Нефінансова звітність зі сталого розвитку в Україні протягом 2016-2020 років було зафіксовано у 2017 році – 14 звітів, а найменшу кількість за 2016 рік – 9 звітів (рис. 1).

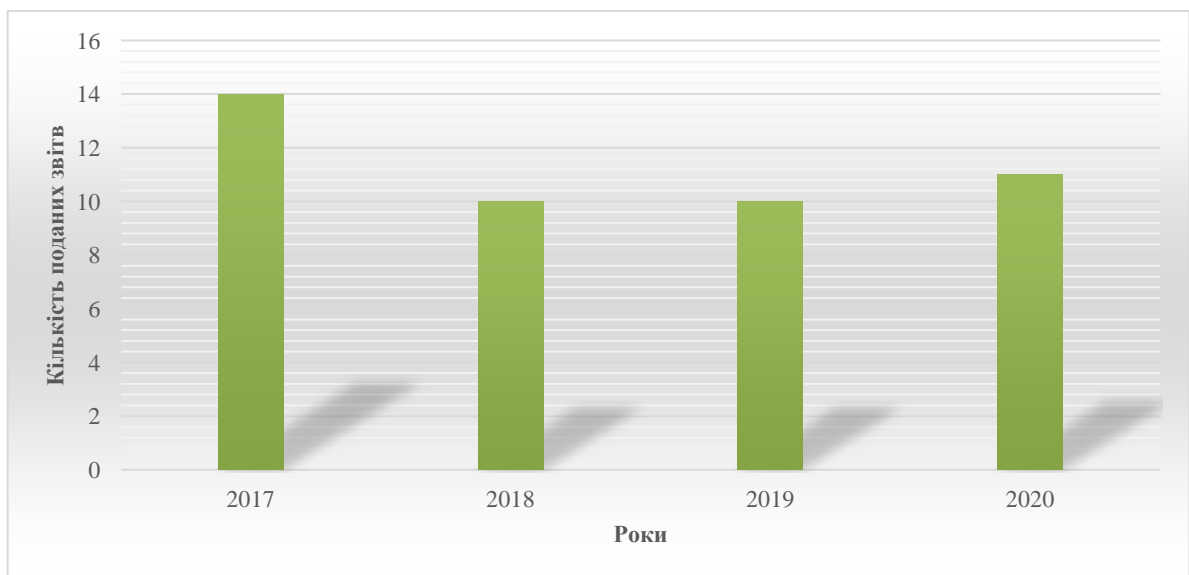


Рисунок 1 – Динаміка оприлюднення звітів про сталий розвиток українських підприємств на CorporateRegister, 2016-2020 рр. (розроблено авторами на основі джерела [1]).

Однак ці показники перевищують дані таких країн, як Ісландія та Словаччина. Втім, порівнюючи показники України з розвиненими країнами, Україна має недостатній розвиток у формуванні соціальних звітів як інструменту соціальної відповідальності.

Актуальною проблемою є перевірка щодо надання незалежними аудиторськими фірмами висновків по нефінансовій звітності. Кількість поданих завірених нефінансових звітів з кожним роком лише зростає: згідно з даними CorporateRegister в 2016 році було подано 1906 звітів, а вже у 2020 році їх кількість була 2618 [1]. Шкода, що дана тенденція не розповсюджується на українські підприємства: за даними тієї ж організації за період 2016-2020 рр. було подано лише три завірених звіти. Це впливає з того, серед зареєстрованих на сайті CorporateRegister аудиторських компаній України наявні тільки дві: ПрАТ Deloitte&Touche USC та ТОВ «Ернст енд Янг». Виходячи з цього, можна зробити висновок, що проблема перевірки та незалежної оцінки соціальних звітів в нашій країні є ще не вирішеною.

Через серйозний економічний спад в Україні зацікавлені сторони вимагають від підприємств повної прозорості, узгодженості та надійності у соціальній звітності. Управління впливом стану війни на компанію на даний момент залишаються головним пріоритетом для власників бізнесу. Результати реалізації принципів сталого розвитку в умовах війни підприємства відображають не лише окремими прикладами, а і окремими елементами в соціальних звітах. Звітність зі сталого розвитку має головну роль для презентації зацікавленим сторонам результатів діяльності господарства у боротьбі із наслідками війни, реалізованих заходів та ініціатив (табл. 2).

Таблиця 2

Відображення інформації про заходи боротьби із наслідками війни у звітності зі сталого розвитку

Назва суб'єкта господарювання	Назва звіту	Назва розділу/підпункту	Короткий зміст
Ашан	Звіт з корпоративної соціальної відповідальності	Рік незламності	Підтримка співробітників
			Гуманітарна підтримка населення
			Підтримка клієнтів
			Підтримка відновлення знівечених міст
Intellias	Звіт зі сталого розвитку	Відповідальність перед суспільством	Підтримка України
			Благодійність для ЗСУ
			Розповсюдження української культури
Vodafone	Річний звіт зі сталого розвитку	Взаємодія з громадами, соціальні та благодійні проекти	Надання безкоштовних послуг у зв'язку з воєнними діями
			Долучення до програми «Нове село»
ТОВ «Кернел-Трейд»	Річний звіт за МР2022	Сталість: соціальний капітал	Підтримка партнерів проекту «Великий агробізнес»
			Гуманітарна допомога
			Підтримка військових

Джерело: сформовано авторами за даними [4-7].

Отже, практичні соціальні кейси у нефінансовій звітності підприємств України пов'язані з військовими діями в Україні та іншу схожу інформацію можемо узагальнити за такими напрямками: підтримка, реагування та відновлення. Напрямок відповіді на військовий конфлікт дозволяє підприємствам вибирати та відкрито повідомляти про вплив війни на кожен підсистему свого бізнесу. Отже, забезпечення достовірної та правдивої інформації в воєнних умовах є дуже важливим моментом, яким не можна нехтувати.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт 3BL CSWire. URL: <https://www.cswire.com>.
2. Офіційний сайт CorporateRegister. URL: <https://www.corporateregister.com>.
3. Офіційний сайт: GRI Standards Registration System. URL: <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/register-your-report>.
4. Звіт з корпоративної соціальної відповідальності Ашан 2022. URL: https://aristorsmi001.blob.core.windows.net/cms-content/ua/2019/11/укр_Звіт-КСВ-2022.pdf (дата звернення: 14.11.2023).
5. Звіт зі сталого розвитку Intellias 2022. URL: https://www.intellias.ua/files/Intellias_CSR_report_2022.pdf (дата звернення: 14.11.2023).
6. Річний звіт зі сталого розвитку Vodafone. URL: https://www.vodafone.ua/storage/image-storage/2023/04/12/401/source/vodafone-annual-report-1204-ua_1681291386.pdf (дата звернення: 14.11.2023).
7. Річний звіт за МР2022 ТОВ «Кернел-Трейд». URL: https://www.kernel.ua/wp-content/uploads/2022/11/FY2022_Kernel_Annual_Report.pdf#page=43 (дата звернення: 14.11.2023).

ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ ТА ЄС.

Сус Т.Й.

*к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту і маркетингу
Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника*

Функціонування вітчизняного аграрного сектору на принципах інноваційної моделі розвитку виступає об'єктивною необхідністю і вимагає невідкладних заходів, спрямованих на нарощування науково-технологічного потенціалу, забезпечення ефективнішого його використання. З метою підвищення конкурентоспроможності аграрного експорту та нарощування обсягів експорту продукції з високою доданою вартістю необхідно надавати пріоритети інноваційному розвитку та його фінансуванню. Слід відмітити, що недостатнє фінансування негативно позначається на змісті та результативності впровадження заходів інноваційної політики як на національному так і на регіональному рівнях.

На сьогоднішній день український аграрний експорт в переважній більшості носить сировинний характер і направлений на збільшення валютної виручки та пошук нових ринків збуту. Гуманітарним аспектом є те, що український експорт зернових дозволяє уникнути голоду в бідних країнах.

В аграрному секторі ЄС пріоритет надається раціональній інтенсифікації через впровадження інновацій. Характерною особливістю економік розвинутих країн є низька питома вага сільського господарства у ВВП цих країн. Для прикладу в Німеччині цей показник складає близько 1%, в високотехнологічній країні, яку ще називають країною

стартапів – Ізраїлі -2.3%, а в Данії-1,3%. Таким чином види діяльності зі зростаючою віддачею, в першу чергу промислове виробництво, формують достатні фінансові і матеріально-технічні ресурси для пріоритетного інноваційного розвитку усіх секторів економіки, зокрема і аграрного сектору.

Для порівняльного аналізу фінансування інноваційного розвитку економіки нами вибрано Данію, країну з високотехнологічним аграрним сектором та лідируючими позиціями в інноваційному розвитку, представника групи «Лідери інновацій» згідно даних європейського інноваційного табло, а також Німеччину з групи «Сильні інноватори», Чехію з групи «Помірковані інноватори» та Польщу і Україну з групи «Нові інноватори». Характерною особливістю Данії є те, що 90% вартості аграрної продукції складає м'ясо-молочне тваринництво, а основою добробуту країни є промислове виробництво, яке формує 75% вартості експорту. Таким чином види діяльності зі зростаючою віддачею в Данії формують попит та достатні фінансові ресурси для інноваційного розвитку, в тому числі і аграрного сектору. На основі проведеного аналізу індикаторів фінансування інновацій в 2023 році, як лідер рейтингу Данія суттєво випереджає Україну в загальному рейтингу на 115.57 пункта (табл.1.).

Таблиця 1.

Індикатори фінансування інновацій в Україні та країнах ЄС згідно європейського інноваційного табло

Країна	Загальний рейтинг	Фінансування і підтримка	Витрати держсектор	Венчурний капітал	Пряма і непрямодержпкі	Інвестори	Витрати бізнесу	Витрати на 1 зайнятого
Данія	149.24	136.38	151.61	192.7	55.96	124.4	130.71	137.27
Німеччина	127.79	111.9	148.39	128.78	43.86	152.68	156.92	163.88
Чехія	102.73	100.1	100.0	120.51	78.71	123.11	92.31	118.68
Польща	68.09	74.6	55.13	64.46	96.96	64.51	66.15	45.15
Україна	33.67	37.99	12.2	79.36	29.83	34.53	17.34	н/д

*Складено автором на основі [1].

З даних таблиці 1. слідує, що для успішного інноваційного розвитку пріоритетну роль у фінансуванні досліджень та розробок відіграє держава в партнерстві з бізнесовими структурами, зокрема в Німеччині провідну роль у фінансуванні інновацій відіграють інвестори та бізнес. Серед аналізованих країн Німеччина займає перше місце по витратах на інновації на 1 працюючого, а Польща по обсягах прямої і непрямодержпідтримки. В умовах війни Україна для фінансування інновацій активно залучає венчурний капітал.

Загальні щорічні приватні інвестиції в НДДКР у аграрному секторі ЄС в розмірі 3 мільярдів євро значно нижчі, ніж в інших ключових сферах європейської економіки, як-от сектор охорони здоров'я, – 41 мільярд євро, або інформація і технологічний сектор – 34,3 мільярда євро. Менш ніж 50% усіх агропродовольчих компаній в ЄС запровадили інноваційну діяльність протягом останніх трьох років, у той час як лише 9% впровадили інновації в основних сферах, таких як технології, продукти та процеси.

Таким чином, враховуючи сучасні тенденції економічного розвитку розвинутих країн, зокрема Європейського Союзу, перед Україною стоїть злободенне питання про майбутні перспективи аграрного сектору, його структуру і конкурентоспроможність, які напряду залежать від ефективного фінансування інноваційного розвитку.

Список використаних джерел:

1. European Innovation Scoreboard 2023 and Regional Innovation Scoreboard 2022 Retrieved from: <https://ec.europa.eu/research-and-innovation/en/statistics/performance-indicators/european-innovation-scoreboard/eis#>

ФІНАНСОВА СПРОМОЖНІСТЬ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УМОВАХ ВІЙНИ

Урбанович М. М.,

*аспірант, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Національний університет «Чернігівська політехніка»*

Сад Ю. Р.,

*аспірант, спеціальність «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Національний університет «Чернігівська політехніка»*

При реалізації реформи децентралізації питання забезпечення сталого розвитку на місцевому територіальному рівні є досить актуальним і важливим з точки зору стабілізації соціально-економічної ситуації в регіонах країни. Фінансово-бюджетна децентралізація стала основою для суттєвого збільшення власних ресурсів бюджетів місцевого самоврядування, однак, окрім додаткових фінансових ресурсів, органи місцевого самоврядування також отримали більші повноваження щодо утримання бюджетних установ та надання соціальних послуг населенню. їхні муніципалітети. Отже, трансформація місцевого самоврядування в процесі децентралізації потребує належного забезпечення фінансової спроможності місцевих органів влади, а також контролю за ефективністю та законністю використання власних фінансових ресурсів.

Про те широкомаштабна російсько-українська війна, що розпочалася 24 лютого 2022 року, мала безпрецедентні наслідки для економічного розвитку як України загалом, так і територіальних громад зокрема. До них відносяться: втрата людського капіталу та масштабний перерозподіл трудових ресурсів усередині країни, посилення загроз продовольчій безпеці та фінансовій стабільності, припинення діяльності підприємств,

руйнування критичної інфраструктури та житлового фонду, блокада морських портів, втрата доходу та засобів для існування домогосподарств [1].

Труднощі формування та перерозподілу фінансових ресурсів в умовах війни призводять до значного зниження ефективності місцевих фінансових інструментів, погіршення стану безпеки громадян, а також створюють перешкоди для соціально-економічного розвитку територій. У зв'язку з цим на сучасному етапі особливого значення набуває можливість акумуляції фінансових ресурсів до бюджетів територіальних громад з метою виконання першочергових функцій і завдань. І частково органи місцевого самоврядування з даним завданням впоралися, оскільки частка місцевих бюджетів у доходах зведеного бюджету України зросла з 22,6 % у 2017 р. до 24,4 % у 2022 р.

Аналіз структури доходів місцевих бюджетів показав, що в 2022 році, як і в попередніх роках основною часткою були податкові надходження, а саме 70,9% всіх доходів, офіційні трансферти – 24,7 %, неподаткові надходження – 3,9 %. Що стосується податкових надходжень, то найбільшою питомою вагою був ПДФО, який становив – 68 %. Дане зростання відбулося у зв'язку із збільшенням частки відрахувань з 60 % до 64 %, починаючи з 01.01.2022 р., а також збільшенням бази оподаткування за рахунок сектору безпеки і оборони. Також позитивну динаміку продемонстрували зростання єдиного податку на 1,0 млрд. грн. порівняно з 2021 р. Це відбулося завдяки, діям уряду України, що дало змогу суб'єктам господарської діяльності перейти на спрощену систему оподаткування й сплачувати 2 % від обороту [2].

Також необхідно зазначити, що надходження від плати за землю до місцевих бюджетів у 2022 році зменшилися на 16,2% порівняно з 2021 р. Це відбулося у зв'язку зі змінами в податковому законодавстві шляхом призупинення нарахування плати за землю на тимчасово окупованих територіях або в місцях ведення бойових дій. Схожа ситуація склалася і з податком на нерухоме майно відмінне від земельних ділянок. В 2022 р. місцеві бюджети також недоотримали кошти від акцизного податку, оскільки у період з квітня по вересень 2022 року діяла нульова ставка, особливо на паливо. Запровадження таких податкових змін було вимушеним кроком для підтримки бізнесу та населення, оскільки після серії ракетних ударів росії по енергетичній інфраструктурі України ціни на паливно-мастильні матеріали різко зросли.

Незважаючи на те, що місцеві органи влади продемонстрували фінансову спроможність і в переважній більшості змогли забезпечити надходження до місцевих бюджетів, їхня залежність від трансфертів з державного бюджету залишається високою. Незважаючи на воєнний стан та військові дії на території України, у 2022 році уряд виділив понад 150 млрд. грн. на реалізацію програм підтримки розвитку територіальних громад.

Основним пріоритетом фінансової підтримки з боку держави територіальних громад залишався розвиток їх інфраструктури. Зокрема, із виділених урядом 150 млрд. грн., 44% пішли на розвиток дорожньої інфраструктури, 31% – на інші об'єкти інфраструктури. Відносно низьку питому вагу у структурі державної підтримки у 2022 році мало фінансування розвитку охорони здоров'я та освіти. Найменше коштів було виділено на заходи щодо сприяння екологічній безпеці [2]

Проте, на кінець 2022 року територіальні громади зіткнулися з новими викликами та проблемами, серед яких: низька взаємна узгодженість між місцевою владою та органами державної влади (в частині відповідальності та розподілу фінансових ресурсів); неналежний контроль за дотриманням законності місцевих актів; погіршення економічної активності внаслідок різкого скорочення доходів місцевих бюджетів; еміграція та виїзд за кордон людей працездатного віку та ін. [1, 3].

Отже, враховуючи те становище в якому перебуває Україна та територіальні громади зокрема у зв'язку з війною, надзвичайно актуалізується питання розроблення заходів та застосування інструментів з метою максимально ефективного використання фінансових ресурсів та реалізації бюджетно-податкової політики на основі чіткої і згладженої координації всіх ланок органів державної та місцевої влади. Це дасть змогу зберегти наявну фінансову спроможність територіальних громад і стати запорукою післявоєнної відбудови України.

Список використаних джерел:

1. Возняк Г. В., Коваль В. М. Криза як форма прояву фінансової нестабільності: сутність та наслідки для місцевого економічного розвитку. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. Том. 4. № 32.2022. С. 71-78.
2. Децентралізація. Аналіз виконання місцевих бюджетів за 2022 рік. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/16105>
3. Щур Р.І. Фінанси об'єднаних територіальних громад в умовах децентралізації в Україні. Монографія. Тернопіль: Осавца Ю.В. 2019. 394 с.

ПРЕДИКТИВНА АНАЛІТИКА У ПРОЦЕСАХ ФІНАНСОВОГО ПРОГНОЗУВАННЯ

*Хилько І. І.,
старший викладач кафедри економічної кібернетики, комп'ютерних наук та інформаційних технологій*

*Кугляр А. А.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти обліково-фінансового факультету*

Миколаївський національний аграрний університет

Предиктивна аналітика, яка базується на використанні статистичних та аналітичних методів для прогнозування майбутніх подій та трендів, стає надзвичайно важливою у сучасному світі фінансів. У глобальному економічному середовищі, фінансові установи,

компанії та інвестори залежать від точного та надійного прогнозування для прийняття стратегічних рішень та зменшення фінансових ризиків.

Мета дослідження – вивчення впливу предикативної аналітики на процеси фінансового прогнозування.

Прогнозна (предиктивна) аналітика в фінансах використовує різноманітні методи та інструменти, такі як статистичні моделі, машинне навчання, штучний інтелект для аналізу великих обсягів даних та визначення майбутніх тенденцій. Цей підхід дозволяє виявити приховані залежності та зрозуміти, як різні фактори впливають на фінансові ринки, активи та портфелі.

Процес прогнозного аналізу можна упорядкувати наступним чином:

1. Перший етап – це підготовка проєкту, на якому визначаються очікувані результати проєкту, його обсяг, бізнес-мета, а також набір даних, які будуть використовуватися. Цей етап включає в себе активну участь клієнтів.

2. Другий етап – це збір даних, де дані з різних джерел піддаються інтелектуальному аналізу, а також можливій участі клієнтів у цьому процесі.

3. Третій етап – це аналіз даних, де проводиться перевірка, очищення та моделювання даних з метою визначення корисної інформації. Статистичний аналіз служить для підтвердження припущень та гіпотез за допомогою стандартних статистичних моделей.

4. Четвертий етап – це прогнозне моделювання, яке дозволяє автоматично створювати точні прогнозні моделі.

5. На п'ятому етапі застосування прогновної моделі допомагає використовувати аналітичні результати при прийнятті рішень та створенні звітів.

6. На шостому етапі проводиться перевірка ефективності моделей з метою досягнення очікуваних результатів [1].

У підсумку застосування прогновної аналітики призводить до прийняття найбільш ефективних рішень для бізнесу. Важливою характеристикою прогновної моделі є її точність та статистична значущість.

Окрім стандартної звітності та інформації з бізнес-аналітики про минулі та поточні події, компанії також використовують предиктивну аналітику та методи, такі як машинне навчання та моделі штучного інтелекту (ШІ), які відкривають значно більше можливостей. Це може включати прогнозування майбутніх цін і попиту, а також автоматичну обробку текстів або класифікацію операцій та сегментацію клієнтів. Прогнозна аналітика розкриває питання про те, як підприємство може функціонувати в майбутньому. В сучасному світі, завдяки поєднанню інтуїтивних інструментів, новітніх методів прогнозування та гібридних хмарних моделей, прогнозна аналітика та моделювання стають більш доступними, ніж раніше. Організації будь-якого розміру можуть впроваджувати різноманітні інструменти для

впровадження такої аналітики у свої бізнес-процеси і масштабно використовувати алгоритми штучного інтелекту.

Прогнозна аналітика використовує чотири основні методи перетворення даних в цінну і корисну інформацію: прогностичне моделювання, аналіз і оптимізація рішень, профілювання транзакцій, інтелектуальний пошук (машинне навчання з учителем) [2].

Розмір ринку прогновної аналітики становив 12,87 мільярда доларів США у 2022 році, і очікується, що середньорічний приріст доходу становитиме 21,6% протягом прогнозованого періоду [3].

Новою тенденцією на ринку прогновної аналітики є зростаючий розвиток великих даних і пов'язаних технологій, що є головним чинником зростання ринку. Експерти з прогновної аналітики можуть знаходити тенденції та поведінку в галузі, визначаючи закономірності у величезних обсягах даних. Ці прогнози пропонують глибоку інформацію, яка може допомогти з прийняттям фінансового рішення, що створює високий попит на цей продукт. За допомогою інтелектуального аналізу даних великі набори даних сортуються, щоб знайти взаємозв'язки та відповідну інформацію, яка може бути використана компанією для підвищення продуктивності, збільшення прибутку та захисту даних.

Іншою тенденцією, що спонукає до зростання індустрії ринку прогновної аналітики, є зростання попиту на інтелектуальне навчання на основі штучного інтелекту, що сприяє зростанню доходів ринку. Застосування штучного інтелекту у прогнозній аналітиці ланцюгів постачання революціонізувало принципи роботи організацій. Предиктивна аналітика на основі штучного інтелекту може допомогти компаніям оцінити споживчий попит, оптимізувати рівень запасів і підвищити ефективність ланцюжка поставок.

Моделі прогнозування грошових потоків, засновані на предиктивній аналітиці, допомагають фінансовим командам отримати краще розпізнавання своїх грошових надходжень і відтоків шляхом аналізу даних рахунків-фактур, минулих тенденцій платежів, стану готівки та інших факторів. Прогнозуючи час надходження та відтоку грошових коштів, спеціалісти з фінансів можуть краще планувати свої інвестиції, сегментувати клієнтів на основі їх ймовірності оплати та оптимізувати їх грошовий потік.

Алгоритми прогновної аналітики можуть допомогти фінансовим фахівцям передбачити, чи будуть клієнти платити вчасно, здійснювати часткові чи короткі платежі чи потребуватиме примусу до оплати після встановленої дати. Аналізуючи такі фактори, як минулі тенденції платежів, фінансова стійкість і ринкові умови, моделі прогновної аналітики можуть допомогти колекторам визначити пріоритетність рахунків і налаштувати взаємодію з клієнтами на основі їхньої ймовірності оплати. Це може допомогти фінансовим командам уникнути зайвих витрат часу та зусиль на клієнтів, які з меншою ймовірністю платять.

Капітальні інвестиції, інвестиції на грошових ринках, витрати на технології, продаж у кредит – усе пов’язане з ризиком, і його мінімізація є важливою, щоб гарантувати, що бізнес не зазнає непередбачених збитків. Інструменти прогнозування вловлюють дрібні відмінності в даних транзакцій і допомагають передбачити та виявити шахрайство. Також це допомагає прогнозувати ризики, пов’язані з різними завданнями, і класифікує їх відповідно до впливу на бізнес [4].

Сучасні можливості та передові методи прогнозованої аналітики стають дієвим інструментом для збільшення продуктивності діяльності підприємства, фірми чи організації. Прогнозна аналітика стала новою тенденцією сучасності, яка відкриває широкі перспективи для подальшого розвитку компаній [1].

Отже, предиктивна аналітика являє собою сучасну техніку аналізу даних, яка використовує інтелектуальний аналіз великих даних, статистику, моделювання, машинне навчання та штучний інтелект для аналізу великих обсягів даних і прогнозування майбутніх подій або поведінки.

Список використаних джерел:

1. Єфіменко С. М., Степашко В. С. Прогнозна аналітика як ефективний інструмент підтримки рішень у системах цифрової економіки. *Управляючі системи та машини*. 2018. № 6. С. 25–35.
2. Колісник М., Харченко В. Предиктивна аналітика. Частина 1. Основні поняття і класифікація. URL: <https://mautic.appau.org.ua/asset/163:prediktivna-analitika-c1-3-1-2pdf>
3. Predictive Analytics Market by component, by verticals, by deployment, by organization size, by region forecast to 2032. URL: <https://www.emergenresearch.com/industry-report/predictive-analytics-market>
4. Predictive Analytics in Finance: Use Cases and Next Steps. URL: <https://www.highradius.com/resources/Blog/predictive-analytics-in-finance-guide/#:~:text=Predictive%20analytics%20in%20financial%20risk%20management%20is%20the%20use%20of,analytics%20can%20identify%20potential%20risks.>

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФІНАНСОВОЇ ПІДТРИМКИ СТАЛОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Чеверда О.М.

студент економічного факультету, ОР-магістр

Кропельницька С.О.

к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Однією з ключових тенденцій фінансової підтримки сталого відновлення та розвитку підприємництва в Україні є збільшення обсягу фінансування з державного бюджету та залучення міжнародних фінансових інституцій. Уряд України постійно збільшує виділення коштів на підтримку підприємництва, зокрема, через створення спеціальних фондів та програм.

Іншою тенденцією є спрощення процедур отримання кредитів та зменшення бюрократії. Наприклад, запровадження системи «Єдиного вікна» дозволяє підприємцям отримувати необхідні дозволи та ліцензії в одному місці та зменшити час на їх отримання.

Третьою тенденцією є розвиток альтернативних джерел фінансування, таких як краудфандинг, венчурні фонди та інвестиційні краудфандингові платформи. Ці інструменти дають можливість підприємцям залучати фінансування від індивідуальних та корпоративних інвесторів без залучення банківських кредитів.

Четвертою тенденцією є підвищення ролі державного регулювання відносин між підприємцями та банками. Уряд України створив спеціальні органи, які здійснюють нагляд за банківською системою та забезпечують захист прав споживачів фінансових послуг.

Крайньою у нашому дослідженні, та безумовно, не останньою тенденцією є зростання ролі технологій та інновацій в фінансовому механізмі підтримки підприємництва.

Також, на сьогоднішній день Україна зосереджується на розвитку малого та середнього бізнесу. Для цього в країні було запроваджено ряд державних програм і ініціатив, спрямованих на забезпечення фінансової підтримки для малих та середніх підприємств. Серед них можна назвати:

1. Державну програму «Доступні кредити 5-7-9%». Ця програма надає підприємствам можливість отримати кредити під 5%, 7% або 9% річних залежно від розміру компанії, терміну кредитування та виду діяльності.

2. Програму «Розумна грошова підтримка». Ця програма забезпечує фінансову підтримку для малих та середніх підприємств в умовах кризи, зокрема, внаслідок пандемії COVID-19. У рамках програми підприємства можуть отримати компенсацію заробітної плати працівників, відстрочку платежів за кредитами тощо.

3. Програму «Дієвий експорт». Ця програма надає фінансову та інформаційну підтримку підприємствам, які мають намір експортувати свою продукцію та послуги. Програма має метою допомогти представникам малого та середнього підприємництва в Україні під час та після військових дій та допомогти вийти на закордонні ринки з експортом товарів власного виробництва.

4. Податкові послаблення та звітність ФОП під час війни. Ще на початку воєнного стану законодавцями було зроблено значні послаблення для ФОП платників єдиного податку групи 1 та 2. А саме: законодавчо було надано право підприємцям — платникам єдиного податку групи 1 та 2 не сплачувати єдиний податок з 01.04.2022 (тобто починаючи зі сплати за квітень) до припинення або скасування воєнного, надзвичайного стану на території України (п. 9.1 підрозд. 8 розд. XX ПКУ). Крім звільнення на час дії воєнного стану ФОП платників єдиного податку групи 1 та 2 від сплати єдиного податку, для всіх без винятку ФОП-спрошенців надано було звільнення від сплати ЄСВ за себе (22 % від мінімальної заробітної плати). ФОП 3 групи мали можливість перейти на сплату єдиного податку за ставкою 2%.

Також варто зазначити, що підприємці здебільшого орієнтуються на кредитний ресурс, щоб вирішити одну із ключових проблем для розвитку бізнесу, тобто фінансову. А можливі варіанти запозичень для мікро-, малого й значної частки середнього бізнесу - досить обмежені. До того ж, не усі знають про грантові підтримки від України, великого бізнесу чи міжнародних партнерів.

Так, головною державною грантовою програмою для стимулювання бізнесу в умовах війни є урядовий проєкт «єРобота», що передбачає надання українцям грантів для започаткування бізнесу, розвитку підприємництва та для навчання. Проєкт втілюється за шістьма напрямками: мікрогранти для створення власного бізнесу («Власна справа»); гранти для розвитку переробного підприємства; державне фінансування закладки саду; кошти для розвитку тепличного господарства; гранти на реалізацію стартапу, в тому числі у сфері ІТ; кошти на навчання за ІТ-спеціальностями.

Отримати грант у розмірі від 50 до 250 тисяч гривень можуть як чинні ФОП чи юридичні особи, так і майбутні підприємці. Для цього необхідно авторизуватися в кабінеті громадянина на порталі Дія, заповнити онлайн-заявку та прикріпити до неї бізнес-план. Допомогу можна використати для придбання обладнання, закупівлі сировини, орендних виплат (не більше 25% отриманої суми) та лізингу обладнання. Рішення про надання гранту ухвалюватиме Державна служба зайнятості.

Також наразі в Україні діє низка грантових програм для підтримки стартапів. Деякі з них (рис.1):

1. «Startup Ukraine». Програма, що надає фінансову та експертну підтримку для розробки технологічних стартапів.
2. «Impact Ukraine». це ініціатива, започаткована харків'янкою Оленою Паркер. Вона об'єднала понад три тисячі швейцарських компаній, щоби допомогти українцям та українським підприємствам, постраждалим через війну. Заявки на допомогу розглядають в індивідуальному порядку, залишити їх можна на сайті фонду.
3. «Horizon 2020». Програма Європейського Союзу, яка надає гранти для досліджень та розробок в різних галузях, включаючи інноваційні стартапи.
4. «GrowEast». Програма, яка надає гранти для розвитку малих та середніх підприємств в Східній Європі.
5. «USAID Competitive Economy Program». Програма, яка надає фінансову підтримку та консультування для розвитку бізнесу в Україні. Буде надано до 50 грантів на суму від 600 000 до 1 200 000 гривень кожен. Кошти можна використати для розвитку виробництва, покращення бізнес-процесів, розбудови організаційного потенціалу, розвитку онлайн-маркетингу та просування на внутрішньому й зовнішньому ринках, а також підвищення конкурентоспроможності бізнесу.

6. «Seedstars World Competition». Міжнародний конкурс для стартапів, який надає можливість виграти фінансову підтримку та отримати підтримку від інвесторів та експертів.

7. «USF (Ukrainian Startup Fund)». Програма спрямована на розвиток проєктів, що наближають перемогу, в галузях оборони, кібербезпеки, інфраструктурної відбудови, охорони здоров'я чи освіти. Для участі у програмі проєкт повинен мати proof of concept – практичне підтвердження того, що реалізація задуму можлива, а заявником може бути як уже зареєстрований суб'єкт господарювання (громадська організація, підприємець тощо), так і фізична особа, за умови здійснення реєстрації на момент укладення грантового договору.

8. Грант на ветеранський бізнес. Програма мікрофінансування бізнесу від Українського ветеранського фонду. Учасниками можуть стати ветерани та члени їхніх сімей, які після 24 лютого виявилися внутрішньо переміщеними особами та мають підтвердження цього статусу. Вони зможуть отримати грошове відшкодування на суму до 20 тисяч гривень на купівлю товарів, необхідних для ведення власної справи. Заявку можна подати онлайн на сайті проєкту.

Startup Ukraine	Impact Ukraine	Horizon 2020
GrowEast	USAID Competitive Economy Program	Seedstars World Competition
USF (Ukrainian Startup Fund)	Impact Ukraine	Грант на ветеранський бізнес

Рис. 1. Актуальні програми для підтримки стартапів в Україні

Малий та середній бізнес є не тільки ключовими складовими економіки будь-якої країни. Для нас – це майбутня основа економіки післявоєнної України. Ці категорії підприємств відіграють важливу роль у створенні робочих місць, збільшенні обсягів виробництва та розвитку місцевих господарських систем. Позитивні тенденції у розвитку фінансового механізму допоможуть нашій державі та підприємцям сприяти створенню робочих місць, збільшувати обсяги виробництва (забезпечити внутрішній ринок товарами та послугами, зменшувати залежність від імпорту), розвивати місцеві господарські системи (розвиток інфраструктури, залучення інвестицій та підвищення рівня життя в регіонах).

Список використаних джерел:

1. Keepgoing. «Гранти для українського бізнесу під час війни». 2022. Дата доступу: 05.04.2023. URL: <https://www.keepgoing.com.ua/articles/granty-dlya-ukrayinskogo-biznesu-pid-chas-viyni>

2. Дія. «Електронний сервіс «Є-робота»». Дата доступу: 05.04.2023. URL: <https://diia.gov.ua/services/categories/gromadyanam/verobota>
3. ЄС4Бізнес в Україні. «Розвиток бізнес-сервісів». Дата доступу: 05.04.2023. URL: <https://eu4business.org.ua/business-services-development/>
4. Закон України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг». Дата оновлення: 03.02.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text>
5. Кабінет Міністрів України. «Про функціонування фінансової системи в умовах відновлення територіальної цілісності України». Дата доступу: 05.04.2023. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/functioning-of-the-financial-system.pdf>
6. Київська обласна дирекція ДПСУ. «Оновлена база даних щодо заборгованості з податку на нерухоме майно та збір з фізичних осіб». 2022. Дата доступу: 05.04.2023. URL: <https://kyivobl.tax.gov.ua/media-ark/local-news/626998.html>
7. ФОП під час війни: особливості оподаткування та звітності. Jurliga. Дата опублікування: 15.06.2022. URL: https://jurliga.ligazakon.net/news/211513_fop-pd-chas-vyni-osoblivost-opodatkuvannya-ta-zvtnost

ОБЛКОВЕ ВІДОБРАЖЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА НА УМОВАХ АУТСОРСИНГУ

Шкроміда В.В.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Бабій В.Т.,

здобувач третього рівня вищої освіти спеціальності «Облік і оподаткування»

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

У сучасних умовах господарської діяльності підприємства змушені постійно адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі, що належно вимагає від них підвищення ефективності ведення бізнесу та зміцнення конкурентоспроможності на ринку. Впровадження аутсорсингу є одним із методів досягнення цих цілей, дозволяючи підприємствам фокусуватися на своїх основних бізнес-процесах і, водночас, делегувати вторинні процеси зовнішнім фахівцям і спеціалістам. Застосування аутсорсингу бізнес-процесів може призвести до різних переваг, таких як зменшення витрат на операційну діяльність, доступ до новітніх технологій і передових знань, а також підвищення рівня ефективності делегованих бізнес-процесів.

Важливо відзначити, що використання аутсорсингу бізнес-процесів супроводжується певними ризиками і може призвести до вразливості з точки зору безпеки, особливо в частині конфіденційності даних та комерційної таємниці [2]. Це, у свою чергу, вимагає проведення досліджень в галузі облікового забезпечення та контролюючого супроводу, яке допомагатиме виявляти та знижувати зазначені ризики і ефективно керувати віддаленими бізнес-процесами на підприємстві.

Порядок відбору та передачі бізнес-процесів на аутсорсинг включає декілька ключових етапів, які спрямовані на ефективний вибір партнерів та успішне впровадження аутсорсингових послуг. Сюди слід віднести:

– детальний аналіз існуючих бізнес-процесів на підприємстві з метою встановлення пріоритетів, можливостей делегування та встановлення контролю за їх виконанням;

– визначення критеріїв відбору потенційних підприємств-аутсорсерів з урахуванням досвіду їх роботи, виробничих можливостей та репутаційних характеристик. Досить важливим на цьому етапі вважається вивчення рівня корпоративної культури та цінностей потенційних аутсорсерів. Адже, відомо, культурна сумісність сприяє гармонізації відносин та успішному партнерству [1];

– безпосередній вибір потенційних партнерів та укладання з ними угоди щодо аутсорсингу відповідних бізнес-процесів. Тут обумовлюється чітке визначення обсягу робіт (послуг), термінів виконання, умов оплати та облікового відображення, а також встановлення меж відповідальності та підконтрольності;

– реалізація укладеної угоди, тобто здійснення бізнес-процесів на умовах аутсорсингу визначеними підприємствами-аутсорсерами. Часто практикують введення пілотного проєкту для перевірки ефективності співпраці та, за потреби, внесення необхідних корекцій. В подальшому, впроваджується постійний моніторинг роботи аутсорсерів, рівня якості виконання делегованих бізнес-процесів та вчасна реакція на можливі проблеми.

У контексті останнього етапу передачі бізнес-процесів на аутсорсинг чільне місце посідає питання організації та методики обліково-звітного супроводу таких взаємовідносин. Це стосується порядку відображення в обліку і звітності бізнес-процесів на умовах аутсорсингу як на підприємстві, що делегує такі процеси, так і на підприємстві-аутсорсері, який такі процеси здійснює.

Встановлено, для належного ведення обліку бізнес-процесів, які провадяться на умовах аутсорсингу, необхідно здійснити ряд організаційних і методичних заходів як на підприємстві, який делегує такі бізнес-процеси, так і на підприємстві-аутсорсері. Сюди варто віднести:

– узгодити цілі і завдання збору облікової інформації, необхідної для контролю та ефективного управління делегованими бізнес-процесами;

– встановити часові параметри облікових періодів, за якими буде формуватися звітна інформація. Такі заходи повинні здійснюватися відповідно до принципів оперативності, своєчасності та систематичності узагальнення облікових даних;

– визначити структурні показники і ключові реквізити підзвітності, що у підсумку має забезпечувати взаємний контроль між замовником та аутсорсером. Відомо, різні бізнес-процеси супроводжуються різними обліковими даними, які є необхідними для ефективного контролю та управління такими процесами [3];

– узгодити питання сумісності інформаційних систем і технологій, які використовуються по обидві сторони. Адже, для максимальної передачі даних та коректної роботи засобів збору і обробки інформації важливим є використання сумісних пакетів прикладних програм;

– налагодити тісну комунікацію між бухгалтерськими службами замовника та аутсорсера для уникнення розбіжностей в інтерпретації даних та вирішення спільних завдань щодо обміну необхідною інформацією.

Вважаємо, для реалізації вищенаведених заходів необхідно впроваджувати інтегровані підходи та вдосконалювати комунікації між замовником і аутсорсером. Застосування сучасних інформаційних систем і цифрових технологій, які сприяють автоматизації та взаємодії обох облікових напрямків, має стати важливим етапом в організації обліку бізнес-процесів, що провадяться на умовах аутсорсингу.

Список використаних джерел:

1. Ainin, S., Bahri, S., Faziharudean, T. & Salleh, N. (2012). Impact of business process outsourcing practices on financial performance. *Asian Journal of Information Technology*, 11(2), 56-64.
2. Lacity, M., Solomon, S., Yan, A. & Willcocks, L. (2011). Business process outsourcing studies: a critical review and research directions. *Journal of information technology*, 26, 221-258.
3. Shkromyda, N., Shkromyda, V. & Gnatiuk, T. (2022). Accounting Outsourcing Market in Ukraine: State and Determinants of Development. *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*. 9, 3 (Oct. 2022), 78-85. DOI: <https://doi.org/10.153>

ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕГРОВАНОЇ ЗВІТНОСТІ У МАЛОМУ І СЕРЕДНЬОМУ БІЗНЕСІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Шкроміда В.В.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Кузишин І.М.,

здобувач третього рівня вищої освіти спеціальності «Облік і оподаткування»

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

На сьогоднішній день інтегрована звітність серед представників малого і середнього бізнесу є менш поширеною порівняно із великими підприємствами та організаціями. Більшість підприємницьких структур, зокрема в секторі малого та середнього бізнесу, максимально зосереджують свою увагу на виробництві і продажах, обслуговуванні клієнтів та щоденному операційному управлінні, що у підсумку у них залишаються мінімальні часові можливості для обов'язкового фінансового звітування. Такі обставини практично не сприяють появі ініціатив та розширенню звітування у нефінансовому напрямку.

У ході дослідження встановлено, представники малого і середнього бізнесу зустрічаються з низкою викликів, які ускладнюють впровадження інтегрованої звітності у своїй діяльності. Серед них є наступні:

– обмеженість малого і середнього бізнесу – представники підприємництва у більшості випадків працюють у більш вузькопрофільних та обмежених сегментах ринку, що значною мірою впливає на їхній підхід до звітності. Так, вони в основному зосереджуються на конкретних показниках, що важливі для їхньої галузі, і не завжди мають можливості включати розширені аспекти, такі як нефінансова звітність;

– спрощена система обліку і звітування – на законодавчому рівні малий і середній бізнес мають можливість обирати спрощену систему ведення обліку і звітування [2], що у підсумку позбавляє точної і достовірної фінансової та нефінансової інформації, на якій ґрунтується інтегрована звітність;

– ресурсна та фінансова обмеженість – малі і середні підприємства, зазвичай, мають обмежені людські та фінансові ресурси, тому не завжди можуть приділяти достатньо часу, зусиль і коштів на розробку та впровадження систем інтегрованих звітів;

– ступінь усвідомлення та рівень освіти – у багатьох випадках власники малих і середніх компаній можуть не мати достатньої освіти та/або свідомості про переваги інтегрованого звітування у ході конкурентної боротьби за споживача;

– несприйняття регуляторних вимог – серед представників малого і середнього бізнесу є перманентне побоювання до впровадження у перспективі регуляторних вимог для інтегрованої звітності, що у підсумку не сприяє готовності малих і середніх підприємств до впровадження такого роду звітування.

Одночасно інтегрована звітність для малих і середніх компаній може відкривати ряд перспектив і можливостей, незважаючи на те, що це питання залишається менш поширеним в цьому сегменті бізнесу порівняно з великими корпораціями [1, 3]. Визначено, ключовими перспективами інтегрованого звітування та, з цього приводу, можливостями для розвитку малого і середнього бізнесу є:

– покращення відносин та підвищення довіри серед зацікавлених сторін – інтегрована звітність, що охоплює широкий спектр оприлюдненої інформації, може полегшити взаємодію з різними стейкхолдерами, такими як партнери, постачальники, регулятори та інші. Інтегрована звітність дозволяє підприємствам демонструвати свою соціальну відповідальність та вплив на навколишнє середовище, що може позитивно вплинути на споживачів, які, у свою чергу, все більше вимагають від компаній відкритості та сталості;

– залучення інвесторів – інтегрована звітність для представників малого і середнього бізнесу може бути ефективним інструментом залучення інвесторів. Адже, передача не лише фінансової, але і нефінансової інформації допомагає створити повний образ бізнесу та краще зрозуміти філософію його діяльності;

– сприяння та удосконалення системи управління бізнесом – встановлено, інтегрована звітність у процесі свого формування має властивість допомагати малим підприємствам покращити внутрішні процеси управління та прийняття рішень, сприяючи кращому уявленню про їхню діяльність, а також виявляючи сильні сторони чи, навпаки, «вузькі місця» функціонування;

– створення довгострокової вартості бізнесу – інтегрована звітність, на етапі формування, сприяє кращому розумінню процесів створення вартості підприємства на різних

рівнях та стадіях життєвого циклу бізнесу. Це може допомогти малим і середнім підприємствам ефективніше керувати своїми ресурсами та, цим самим, забезпечити стале довгострокове зростання;

– інноваційні можливості – інтегрована звітність може визначити нові можливості для інновацій та розвитку, підкреслюючи аспекти, які можуть призвести до створення нових продуктів чи послуг, спрямованих на ринкові потреби, до застосування новітніх засобів маркетингу тощо;

– підвищення конкурентоспроможності на функціонуючому ринку – представникам малого і середнього бізнесу, які активно демонструють через інтегровану звітність свою відкритість та прозорість, часто вдається підвищити свою конкурентоспроможність на ринку. Спостерігається, сучасні споживачі та бізнес-партнери все більше цінують підприємства, які враховують не лише фінансові аспекти своєї діяльності, але й демонструють соціальну та екологічну відповідальність.

Хоча впровадження інтегрованої звітності, зазвичай, вимагає додаткових ресурсів, вона може стати стратегічним інструментом для підвищення конкурентоспроможності та відкритості малих і середніх підприємств у сучасному бізнес-середовищі [4]. Для того, щоб подолати вищевказані виклики та труднощі на шляху впровадження інтегрованої звітності рекомендуємо керівництву малих і середніх підприємств вдаватися до послідовних кроків і заходів. Спершу, розпочати з малого, тобто не намагатися впровадити інтегровану звітність відразу в повному обсязі. Краще розпочинати з невеликого проєкту, який можна реалізувати в короткий термін та незначними зусиллями. В подальшому, стимулювати персонал до навчання, щоб у підсумку відповідальні особи на підприємстві володіли необхідними знаннями та навичками для ефективного впровадження інтегрованого звітування.

Список використаних джерел:

1. Global Reporting Initiative. URL: <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/> (дата звернення: 03.11.2023)
2. IFRS Practice Statement 1 «Management Commentary». URL: <https://www.ifrs.org/projects/work-plan/management-commentary/#about> (дата звернення: 03.11.2023)
3. Integrated Reporting Framework. URL: <https://www.integratedreporting.org/resource/international-ir-framework/> (дата звернення: 05.11.2023)
4. Шкроміда В.В., Шкроміда Н.Я., Гнатюк Т.М. Інтегрована звітність у контексті інформаційного забезпечення ключових стейкхолдерів. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2022. Вип. 18 (2), С. 23-30. DOI: <https://doi.org/10.15330/apred.2.18.23-30>.

ПЕРСПЕКТИВИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Шкроміда Н.Я.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Стозуб О.О.,

здобувач третього рівня вищої освіти спеціальності «Облік і оподаткування»

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Діяльність суб'єктів господарювання у період воєнного стану в державі залежить від різноманітних факторів, які визначають обставини як всередині, так і поза межами підприємства. В умовах нестабільності господарського оточення, керівництво підприємства повинно невідкладно приймати ефективні управлінські рішення, шукати шляхи оптимізації видів діяльності та формувати стратегічні дії на довгостроковий період. Відтак, виникає необхідність в отриманні достовірної інформації як щодо внутрішніх компонентів, так і щодо зовнішнього оточення.

Розвиток будь-якого бізнесу супроводжується нарощенням потенціалу підприємства та зростанням інтенсивності його використання. Тому головною метою сучасних суб'єктів господарювання є аналіз стану наявного потенціалу підприємства, його структурних компонентів, щільності зв'язків між ними та ефективності використання, щоб сформулювати ефективний механізм управлінських рішень [2].

Визначено, ключовим елементом в системі управління економічним потенціалом підприємства є обліково-аналітична інформація, яка відіграє важливу роль у забезпеченні ефективного функціонування та розвитку компанії. Чітко сформована обліково-аналітична інформація визначається як сукупність даних, що відображають фінансовий, економічний та операційний стан підприємства в чіткій і систематизованій формі [1].

Обліково-аналітична інформація в процесі управління економічним потенціалом підприємства забезпечує на належному рівні виконання наступних завдань:

– проведення моніторингу фінансового стану суб'єкта господарювання, адже обліково-аналітичні дані надають можливість систематичного аналізу фінансових показників підприємства. Це дозволяє керівництву отримувати об'єктивну картину про суми доходів, витрат, прибутків і зобов'язань;

– здійснення планування та прогнозування діяльності, оскільки, відомо, на підставі обліково-аналітичної інформації формується фінансовий план та прогноз, що дозволяє здійснювати стратегічне управління розвитком економічного потенціалу підприємства;

– проведення оцінки ефективності ведення бізнесу, оскільки узагальнені дані системи обліку і звітності дозволяють оцінити результативність існуючих підрозділів та процесів у

компанії, що допомагає у підсумку виявляти проблемні аспекти та зміцнювати економічний потенціал господарюючого суб'єкта;

– виявлення можливих ризиків та контроль, адже шляхом систематичного аналізу обліково-аналітичної інформації можна визначити тенденції розвитку, здійснювати контроль та ідентифікувати можливі ризики, пов'язані з формуванням і використанням економічного потенціалу компанії.

Для забезпечення прозорості та ефективності управління економічним потенціалом підприємства пропонується розширення обліково-аналітичної інформації і вдосконалення методів її формування, які у підсумку є ключовим джерелом даних та служить основою для прийняття рішень. Визначено, перспективами вдосконалення змісту обліково-аналітичної інформації та методів формування і обробки у системі управління економічним потенціалом підприємства є:

– впровадження сучасних технологій обробки даних. Застосування сучасних програмних засобів для обробки обліково-аналітичної інформації дозволить підприємствам збільшити швидкість і точність відображення даних та їх аналізу, сприяючи прийняттю швидких та обґрунтованих рішень.

– розвиток системи автоматизованого збору даних. Створення систем, які автоматично збирають, обробляють та аналізують обліково-аналітичну інформацію, дозволить ефективніше використовувати час та ресурси, а також забезпечить більшу точність зібраних даних. Сюди варто віднести реєстрацію даних на основі технології блокчейн, відбір даних за допомогою штучного інтелекту, можливість віддаленої роботи на основі хмарних технологій та інше.

– інтеграція процесів облікового відображення фактів господарського життя з системою ключових показників ефективності ключових центрів відповідальності. Доведено, розробка та впровадження системи KPI, яка базується на обліково-аналітичній інформації, дозволить керівництву швидше визначати ключові аспекти ефективності та вчасно реагувати на зміни.

– розробка та впровадження практики інтегрованого звітування. Створення комплексних звітів та аналітичних документів, які охоплюють фінансові і нефінансові аспекти діяльності підприємства, дозволить керівництву отримувати повний обсяг інформації для прийняття найкращих рішень та прозоріше демонструвати філософію бізнесу серед своїх ключових стейкхолдерів. Відомо, покращення системи звітності для інвесторів, партнерів та інших зацікавлених сторін на основі обліково-аналітичної інформації сприятиме підвищенню рівня довіри та привертанню нових можливостей.

– запровадження принципів бізнес-аналітики. Використання методів бізнес-аналітики дозволить систематично визначати ключові залежності та тенденції в обліково-аналітичних

даних для виявлення нових можливостей та оптимізації процесів. Також сприяння ефективній взаємодії між різними відділами підприємства за допомогою аналізу обліково-аналітичної інформації допоможе створити єдиний стратегічний підхід до управління економічним потенціалом.

Варто відзначити, реалізація вище згаданих перспективних напрямків сприятиме більш ефективному використанню обліково-аналітичної інформації для управління економічним потенціалом підприємства та забезпечить його стійкий розвиток в умовах бізнес-середовища, який перманентно змінюється.

Список використаних джерел:

1. Гончар О.І. Оптимізація економічного оцінювання потенціалу підприємства. *Торгівля. Комерція. Підприємництво*. 2015. Вип. 19. С. 49-53.
2. Шкроміда В.В., Шкроміда Н.Я. *Оцінювання економічного потенціалу господарюючих суб'єктів в ринковому середовищі: монографія*. Івано-Франківськ: Вид. Кушнір Г.М. 2013. 196 с.

Напря́м 9. Роль менеджменту і маркетингу у розвитку підприємництва: сучасні виклики та перспективи.

СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ - МАГАЗИНУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Анікієнко А.Р.,

здобувачка вищої освіти четвертого року навчання ОС «Бакалавр» спеціальності

«Менеджмент»

Миколаївський національний аграрний університет

У сучасному цифровому світі, де технології постійно розвиваються, Інтернет-торгівля стала невід'ємною частиною економічної діяльності. В останні десятиліття популярність онлайн-покупок зростає, і користувачі все більше покладаються на зручність і швидкість онлайн-покупок. У цьому контексті маркетингова стратегія просування електронної комерції в соціальних мережах займає особливо важливе місце, стаючи ефективним інструментом привернення уваги споживачів і збільшення продажів.

Інтернет-маркетинг стає ключовим елементом успіху через свою відповідність змінам у способах, якими споживачі приймають рішення про покупку. Дослідження провідних аналітичних компаній, таких як Gartner, вказують на те, що все більше людей використовують соціальні мережі та мобільний Інтернет для передпокупкового аналізу продуктів і цін перед тим, як ухвалити остаточне рішення.

Інтернет-маркетинг дозволяє будувати відносини з постійними та потенційними клієнтами шляхом регулярного, економічного та персоналізованого спілкування. Цей підхід відзначається переходом від масового маркетингу до індивідуально спрямованих зусиль, що враховують унікальні потреби та очікування кожного споживача. Таким чином, інтернет-маркетинг визначається як стратегія, яка не лише привертає увагу, але й сприяє поглибленню взаємин, сприяючи при цьому ефективному процесу прийняття рішень [1, с.24-25].

В 1954 року британський соціолог Джейм Бранс вперше ввів термін «соціальна мережа». З погляду соціології, соціальна мережа – це структура, що складається з вузлів, пов'язаних між собою особливим видом соціальних взаємин, чи то люди, групи людей чи організацій [2, с.178-179].

У формуванні стратегії просування маркетингу, соціальні мережі можна застосовувати не тільки в якості інструменту просування власного бренду або веб-ресурсу, але також і як спосіб впливу на споживачів.

Просуванням своїх послуг і товарів в соціальних мережах займаються як молоді компанії, які тільки стають на ноги, так і відомі всьому світу бренди.

Соціальні мережі давно вийшли за межі платформи для спілкування та обміну інформацією, а стали потужними інструментами для бізнесу. Привернути увагу цільової аудиторії до інтернет-магазину можливо завдяки ефективній стратегії просування в

соціальних мережах, яка враховує особливості поведінки споживачів, тенденції та попит ринку. Сучасні покупці висловлюють свої вподобання, думки та реакцію в соціальних мережах, тому важливо зв'язуватися з ними та використовувати цей канал для підтримки позитивного іміджу бренду, залучення нових клієнтів та утримання існуючих. Розуміння та впровадження ефективних стратегій просування в соціальних мережах є ключовим фактором успіху інтернет-магазинів на сучасному конкурентному ринку.

При просуванні продукції через соціальні мережі особливу увагу слід приділяти якості контенту створюваного бізнес-акаунта.

Специфіка планування комунікаційної стратегії в мережі Інтернет обумовлена власне комунікативним середовищем Інтернету. Ми досліджуємо Інтернет як унікальне середовище, а не просто як додатковий канал розміщення, тому планування стратегії в Інтернеті - це інтеграція можливостей і ресурсів в онлайн-просторі. Стратегічне планування в цифровому середовищі складається з тих же етапів, що і класичне стратегічне планування рекламних комунікацій, але має свої особливості на кожному з етапів. Розглянемо докладніше ці етапи [5, с.56-57].

1. Аналіз поточної ситуації. На першому етапі відбувається розбір вихідних даних, які надав клієнт: аналіз поточної ситуації клієнта, наявність ресурсів, бізнес-цілі і завдання, інформація про конкурентів. На даному етапі розробки комунікаційної стратегії намічаються цілі просування бренду. Аналіз поточної ситуації важливий в процесі розробки комунікаційної стратегії в Інтернеті, це відправна точка, яка задає вектор всієї комунікаційної стратегії. Основні цілі комунікації в Інтернеті - залучення потенційних клієнтів, вироблення лояльності до бренду та отримання зворотного зв'язку від клієнтів.

2. Постановка цілей і завдань рекламної кампанії. На даному етапі планування визначаються комунікаційні цілі просування товару або послуги в мережі Інтернет, які повинні знаходитися в прямій взаємодії з бізнес-цілями компанії і з цілями маркетингової стратегії, а також із загальною стратегією просування. Цілями комунікаційної стратегії в мережі Інтернет можуть бути:

- створення або зміцнення іміджу бренду;
- підвищення рівня обізнаності про бренд (brand awareness);
- створення маркетингової ніші для позиціонування інноваційного товару;
- збільшення продажів;
- створення довгострокової переваги споживача по відношенню до фірми або товару (brand loyalty).

Даний варіант постановки цілей обумовлюється унікальними можливостями інтернет-середовища з технологічної точки зору.

3. Визначення цільової аудиторії. На даному етапі необхідно вибрати цільову аудиторію і сформулювати інсайт, для чого слід вивчити самих представників, користувачів цифрового середовища. Перший крок комунікаційного стратега в рекламному агентстві - це аналіз контексту цифрового середовища. Фокус аналізу полягає не у визначенні загальних digital трендів, а у виявленні специфіки присутності в цифровому середовищі конкретної категорії, бренду і його споживачів.

4. Визначення набору інструментів і каналів комунікації в мережі Інтернет. Одне з головних достоїнств цифрового середовища як медіа - це різноманітність каналів і digital інструментів. Перш ніж приступити безпосередньо до опису каналів і інструментів, варто нагадати, на якій підставі вони застосовуються.

5. Позиціонування бренду, ключове повідомлення, унікальна торгова пропозиція (УТП). Після визначення цілей, завдань, цільових сегментів, каналів поширення настає етап, коли необхідно розробити карту позиціонування бренду, сформулювати ключове повідомлення і УТП. На даному етапі УТП бренду в цифровому середовищі може відрізнятися від загального УТП для традиційних медіа.

Для успішного результату потрібен комплекс заходів, де задіяні всі можливі канали виходу споживача. SMM у цьому випадку — лише один із напрямків маркетингу, але він має бути не безглуздим, а спланованим до дрібниць. До того ж, західні фахівці вже давно говорять про вплив "соціальних сигналів" на високі позиції у видачі пошукових систем. На їхню думку, важливість репостів і лайків вже можна порівняти з природними посиланнями. Чим більше матеріалів розійдеться по соціальних мережах з сайту, тим більше шансів зайняти у видачі пошукової системи Google більш високу позицію.

Отже, впровадження стратегії просування в соціальних мережах матиме позитивний результат, так як зросте аудиторія підприємства, вона стане більш розгалуженою. Пізнаваність бренду стане вищою, що дозволить підприємству в майбутньому збільшити величину доходу за рахунок зростання клієнтської бази.

Список використаних джерел:

1. Ярмолюк О.Я., Борисенко О.С., Фісун Ю.В. Теоретико-методологічні аспекти таргетованої реклами, як інструменту комплексного інтернетмаркетингу. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». Херсон.: ХДУ, 2022. Вип. 46. С.23-29. URL: <http://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej>
2. Шевченко А.В., Марчук В.В. Особливості управління попитом на основі цифрових маркетингових технологій. Проблеми системного підходу в економіці. Вип. 3(89), 2022. С. 177-183
3. Артюхіна М. В., Попова Г. В. Соціальний потенціал організації: сутність та управління інструментами SMM-маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 1. С. 52-61. 5.
4. Петропавловська С.В., Ковтун К.Ю. Маркетингові комунікації в мережі Інтернет як інноваційний інструмент стратегії просування. Науковий вісник ПУЕТ. Серія: «Економічні науки». Вип. 3 (104), 2021. С.96-116
5. Радченко Г.А., Саїдова Г.О. Контент-маркетинг як дієва складова просування бізнесу. Проблеми системного підходу: зб. наук. праць. Випуск 2 (70) / 2019. Ч. 1. К. НАУ, 2019. С. 144-149. <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-2-46>
6. Статистика електронної комерції за 2023 рік. Forbs. url: <https://www.forbes.com/advisor/business/ecommerce-statistics/>

7. Фісун Ю.В., Борисенко О.С., Ярмолюк О.Я. Інноваційні підходи проведення маркетингових досліджень сучасних підприємств. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. Науково-виробничий журнал. Запоріжжя.: КПУ, 2022. Вип. 2(125). С.99-103. URL: <http://www.econom.stateandregions.zp.ua>

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ У РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Благул І.І.,

д.е.н., професор, кафедри менеджменту і маркетингу

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Амборський Д.Я.,

Здобувач (другого) магістерського рівня, кафедри менеджменту і маркетингу

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Маріяш О. В.,

Здобувач (другого) магістерського рівня, кафедри менеджменту і маркетингу

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Економіка світу та України переживає непрості часи. Постійні дисбаланси на тлі пандемій та війн роблять бізнес більш вразливим, як до внутрішніх так і до зовнішніх викликів. Тому роль маркетингу у сучасному підприємстві є життєво необхідною. Дана тема буде актуальною як в сьогоденні так і в майбутньому періоді.

Маркетинг - це стратегія, яку використовують компанії для просування свого бізнесу. Всі компанії повинні розуміти цю стратегію і те, як її застосовувати. Кожна компанія використовує маркетингові стратегії. Вони навіть наймають людей, які знають багато про маркетинг, щоб продавати свою продукцію. Маркетинг в бізнесі можна розглядати з певних аспектів. Існує багато важливих речей, які маркетинг привносить у різні сектори бізнесу. Як результат, багато компаній використовують ряд маркетингових стратегій.

Сучасне підприємництво має на меті просування продуктів та послуг метою якого є отримання доходу. Одна з причин використання маркетингу є стимулювання продаж. Маркетинг - це один із способів надання інформації споживачам. Таким чином, споживачі можуть мати базове уявлення про продукт. Вони також дізнаються про переваги купівлі продукту. Маркетинг надає інформацію великій кількості людей про певний продукт. Чим більше люди будуть знати про продукт, тим більше зростатимуть продажі.

Іншим аспектом маркетингу можна вважати те, що маркетинг створює можливості для отримання прибутку. Для багатьох компаній маркетинг є основною допомогою у створенні можливостей для отримання прибутку. Це передбачає використання бізнес-підрозділами різних маркетингових стратегій для збільшення прибутку. Одним із способів збільшення прибутку є зниження виробничих витрат. Таким чином, більше клієнтів купуватимуть продукт.

Зниження вартості продукту збільшує кількість потенційних покупців і збільшує продажі. Інколи компанії готові пожертвувати кількістю прибутку, але мати постійні

стабільні продажі. Ще один спосіб збільшити прибутки - це реклама та просування в ЗМІ. Це найпростіший спосіб зробити так, щоб люди дізналися про ваш продукт.

Багато фірм використовує маркетинг для різних цілей:

- збільшення частки ринку;
- введення ново товару на ринок;
- просування існуючих товарів;
- диверсифікація виробництва продуктів;
- маркетингове ціноутворення та ін.

Успіх бізнесу залежить від його цілей і завдань. Маркетинг може допомогти бізнесу визначити свої цілі. Впровадження кількох маркетингових стратегій може призвести до популярності бренду. Таким чином, компанія мотивована підтримувати свою репутацію. Встановлення чітких цілей і завдань також гарантує, що працівники знають, які цілі стоять перед ними. Ці цілі також дійдуть до клієнтів.

Важливим аспектом ведення підприємництва в сучасних умовах є побудова репутації бренду. Ще однією перевагою впровадження маркетингової стратегії є зміцнення репутації бренду. При цьому важливо надавати цільовому ринку відмінну якість і корисні продукти. Таким чином, репутація бренду, а також продукту буде покращуватися.

Враховуючи консультативний аспект маркетингу фірми його використовують для покращення процесу прийняття рішень. Якщо компанія наймає маркетолога, він зробить все можливе, щоб збільшити продажі продукції за допомогою відповідних маркетингових заходів. Першочергово потрібно звернути увагу на знанні цільової аудиторії. Коли компанія знає свою аудиторію достатньо добре, вона може вирішити, які лінії та деталі створити, щоб люди купували її продукцію.

Компанії збирають цілу низку різних тегів на вибір. Маркетинг допомагає визначити, що саме підходить і працює для людей. Маркетинг можна поділити на декілька типів:

1. B2B-маркетинг - це термін, який використовується для угод між бізнесом і бізнесом. Цей тип маркетингової стратегії використовується, коли компанія продає продукт або іншу послугу організації.

2. B2C маркетинг - це інша назва маркетингу "бізнес-споживач" B2C маркетинг - це інша назва маркетингу "бізнес-споживач" (B2C), який використовується, коли компанія продає продукти людям B2C маркетинг використовується, коли компанія за допомогою реклами просуває бізнес.

3. C2B маркетинг. Маркетинг C2B, також відомий як маркетинг від бізнесу до споживача, є протилежністю маркетингу B2C. Це маркетингова стратегія, в якій споживачі надають товари та послуги бізнесу.

4.C2C маркетинг. Маркетинг C2C або споживчий маркетинг - це стратегія, в якій споживачі взаємодіють зі споживачами. Це відбувається шляхом обміну товарами та послугами. Ця бізнес-модель дозволяє клієнту вести бізнес з іншим клієнтом. Основна мета C2C - побудувати хороші відносини, допомагаючи продавцям і покупцям. Це полегшує клієнтам пошук продуктів і водночас дає їм змогу отримати вигоду. Які маркетингові стратегії ведуть до успіху

Кожен успішний бізнес має історію маркетингової стратегії. Саме маркетингова стратегія сприяє успіху бізнесу. Маркетингова стратегія включає в себе просування та рекламу. Вона також має справу зі зв'язками зі ЗМІ. Маркетинг може просувати певний бренд, продукт або людей.

Пропонувати якісний продукт або послугу марно, якщо люди про це не знають. Однією з маркетингових стратегій є інформування споживачів. Якщо люди добре поінформовані про продукт, можна збільшити продажі. А це означає успіх у бізнесі. Ще однією перевагою маркетингової стратегії є те, що вона дає компанії позитивний імідж. Якщо компанія має добру репутацію та приємний імідж, довіра споживачів до неї зростає. Це, в свою чергу, спонукає деякі компанії та приватних осіб інвестувати в компанію.

Оскільки світ продовжує розвиватися в технологічному плані, компанії користуються його перевагами. Вони використовують можливості інтернету для просування і реклами своїх продуктів. Використання інтернету має важливе значення для просування товарів.

Інформація про конкретні продукти тепер доступна великій кількості людей в різних країнах через Інтернет. Споживачі також можуть дізнаватися про товари, переглядаючи інтернет-сторінки. Споживачі можуть дізнатися про товари, переглядаючи інформацію в Інтернеті. Існують способи, як ваш бізнес може зв'язатися з людьми.

Дані стратегії будуть доцільні коли в підприємстві будуть формуватися відділи маркетинг, або маркетинг буде передаватися на аутсорсинг. В епоху діджиталу більшість дій, які стосуються маркетингу відбувається на мобільних телефонах і комп'ютерах і залежить від того, що покупці натискають і скільки зусиль докладають до цього.

Як наслідок, спосіб, у який компанії планують та керують своїми маркетинговими ініціативами, змінився, так само як і спосіб, у який клієнти отримують від них маркетингові повідомлення. Це означає, що роль маркетолога змінилася. З'явилися різні види маркетингу, які потребують спеціалізації.

Маркетинг у соціальних мережах відрізняється від маркетингу впливу та цифрового маркетингу. Стратегії, які використовує контент-маркетолог для проведення тієї ж кампанії, що й маркетолог з маркетингу впливу, будуть абсолютно різними. Контент-маркетинг вимагає спеціалізованих знань на додаток до загальної освіти, таких. Фірмам або підприємцям варто подумати, що працівник маркетолог повинен бути наблизений

безпосередньо до виробництва. Потрібно не просто наймати маркетолога, а експерта у вузькій ніші, який має вивчення необхідних процедур та набуття потрібних навичок.

Маркетинг допомагає бізнесу досягти успіху. З правильною маркетинговою стратегією ваш бізнес буде продовжувати рости і розвиватися. Знайти найкращу маркетингову стратегію для вашого бізнесу спочатку може бути складно. Потрібно визначити, яка маркетингова стратегія буде найбільш ефективною для бізнесу. Миттєво успішної маркетингової стратегії не існує. Тому найкраще дослідити і випробувати кілька стратегій для підприємства.

Роль маркетингу в діловому світі значно змінилася за останні роки, особливо з появою соціальних мереж. Фахівці з маркетингу тепер відповідають за розробку та впровадження інтегрованих стратегій, які включають традиційні та цифрові тактики для просування товарів і послуг та охоплення цільових аудиторій. Крім того, дані та аналітика стають все більш важливими в маркетингу, оскільки вони дозволяють глибше зрозуміти поведінку споживачів і адаптувати кампанії до конкретних демографічних груп. Таким чином, маркетинг стає все більш важливим і фундаментальним, а ті, хто працює в цій галузі, відіграють ключову роль у допомозі бізнесу досягти успіху на сучасному конкурентному ринку.

Список використаних джерел:

1. Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). Marketing. Pearson Higher Education AU..
2. Elliott, G., Rundle-Thiele, S., Waller, D., Bentrott, I., Hatton-Jones, S., Jeans, P., ... & Campbell, P. (2023). Marketing. John Wiley & Sons..

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Бужимська К.О.,

*к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій
Державний університет «Житомирська політехніка»*

В науковій літературі для опису сучасного світу з 1987 року почали використовувати абревіатуру VUCA, яка означає, що основними характеристиками, притаманними йому, є нестабільність (volatility), невизначеність (uncertainty), складність (complexity) та неоднозначність (ambiguity). В Україні ситуація обтяжується впровадженням воєнного стану, який викликає додаткову низку негативних чинників. Основними наслідками є:

- ✓ економічна нестабільність;
- ✓ зниження ділової активності;
- ✓ втрата частки промислового потенціалу (на окупованих територіях опинилося до 20% промислових підприємств України);
- ✓ пошкодження та руйнування житлового фонду;
- ✓ зменшення аграрного потенціалу країни;
- ✓ зростання безробіття та зниження купівельної спроможності населення;
- ✓ погіршення бізнес-клімату;

✓ зниження обсягів експорту та втрата надходжень до бюджету з окупованих підприємств тощо [1, с. 111].

Сьогодні в управлінні підприємствами виникають ситуації та проблеми, аналога яким у швидкозмінному світі немає, а отже, не існує алгоритму їх розв'язання. Відсутність інформації для прийняття управлінських рішень підвищує управлінські ризики, передбачити наслідки яких в ситуації невизначеності допомагає не стільки логіка менеджера, скільки його інтуїція. Складність та неоднозначність зв'язків в ситуаціях, коли потрібно приймати управлінські рішення, вимагає пошуку варіативних підходів, включаючи альтернативні, нестандартні. Всі перераховані обставини об'єктивно обумовлюють креативність як домінуючу характеристику управління підприємством в умовах воєнного стану. Вміння швидко реагувати на змінні обставини, адаптуватися до змін, виявляти гнучкість в прийнятті управлінських рішень доповнює характеристику креативного управління.

Креативне управління потребує навичок не професійного менеджера, який зайнятий пошуком рішення повсякденних, поточних проблем функціонування підприємства, забезпеченням його безперервної роботи, а креативного лідера, який володіє новими управлінськими практиками, спрямованими на активізацію здібностей співробітників, максимальне використання творчого потенціалу кожного співробітника. Менеджер забезпечує спільну та ефективну роботу людей в підприємстві, володіє навичками роботи з персоналом, але його діяльність пов'язана також з організацією виробничого процесу, з управлінням матеріальними та фінансовими ресурсами. Креативне лідерство виявляє себе виключно у сфері управління поведінкою людей в підприємстві, та його визначальною рисою є характер впливу лідера на членів трудового колективу підприємства. Саме способи впливу лідера на співробітників, прийоми мотивації їх до певних дій розкривають специфічний зміст креативно-лідерського управління.

Креативно-лідерське управління являє собою різновид неформального управління, яке доповнює формальну структуру управління на підприємстві, в разі вони забезпечують розвиток підприємства. Формальне управління, ієрархічно побудоване, використовує адміністративний ресурс, директивні засоби впливу, з жорстким поділом повноважень, прав та відповідальності співробітників, може бути ефективним в стабільних ситуаціях. В умовах воєнного стану формальне управління може негативно вплинути на психологічний клімат в колективі підприємства, оперативність прийняття рішень, обмежує прояв ініціативи та творчих здібностей співробітників. Тому неформальне управління, яке будується не на вертикальних, а на горизонтальних зв'язках між співробітниками, потребує неформального креативного лідера, який реалізує свій вплив на трудовий колектив підприємства, використовуючи *soft skills* («гнучкі», «м'які» навички).

Найбільш часто до soft skills відносять комунікативність, стресостійкість, критичне мислення, креативність, лідерство, емоційний інтелект, тайм-менеджмент тощо. Такі якості необхідні кожному співробітнику підприємства, щоб досягати успіху на роботі, будувати кар'єру. Навички володіння сучасними цифровими технологіями не компенсують відсутність «м'яких» навичок, затребованість яких постійно зростає на ринках праці. Для креативного лідера важливість володіння soft skills зростає, оскільки в сьогоденних умовах необхідно проявляти гнучкість, щоб переконати співробітників в необхідності перетворень, зацікавити їх своїм баченням перспектив, залучити до активної та ефективної роботи, надихнути на рішення нових завдань, прояв ініціативи та реалізацію творчих здібностей.

Список використаних джерел:

1. Левчинський Д.Л., Ступнікер Г.Л., Каширнікова І.О., Зозуля Н.В. Підприємництво України в умовах воєнного стану. *Економічний простір*. 2022. №181. С. 110-114.
2. Шматько Н.М., Пантелєєв М. С., Курченко А.А. Креативне мислення і генерація ідей у контексті стратегічного управління персоналом. *Адаптивне управління: теорія і практика. Економіка*. 2018. Вип. 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/admthp_2018_5_21
3. Подляшаник В. В. Креативне управління й ефективність організації. *Психологічні перспективи*. 2011. Вип. 17. С. 204-212. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ppst_2011_17_25.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТРУДОВИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ОСНОВНІ ЗМІНИ

Возніченко Н.Р.,

*здобувач освітнього ступеня «бакалавр» за спеціальністю 073 «Менеджмент»,
кафедра менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій
Державний університет «Житомирська політехніка»*

Воєнний стан завжди суттєво впливає на суспільство, включаючи трудові відносини. Це призводить до змін у робочому середовищі та правовому регулюванні праці. Роботодавці повинні адаптувати виробничі процеси та забезпечити безпеку працівників, але це може обмежити трудові права працівників, особливо в умовах мобілізації та в інших вимогах воєнного стану.

У звичайних умовах, трудові відносини, регулюються загальним трудовим законодавством, таким як Кодекс законів Про працю України. Проте в умовах воєнного стану ми маємо додаткові правила та норми, встановлені Законом України «Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану». Ці зміни в законодавстві призначені забезпечити адаптацію трудових відносин до умов, що виникли, і забезпечити стабільність у суспільстві. Провівши аналіз основних норм, які були змінені, можемо виокремити такі частини: умови укладання та зміни в трудовому договорі, призупинення та розірвання трудового договору, тривалість робочого часу і порядок надання відпусток, а також інші аспекти. Розглянемо докладніше кожен частину. Передусім зміни торкнулися форми трудового договору, вона визначається за згодою сторін. Також змінилися і умови проходження випробувального терміну, він може бути встановлений для будь-якої категорії

працівників, з метою оперативного залучення до роботи та заміщення відсутніх. Що стосується змін умов трудового договору, роботодавець може зупиняти деякі його положення та переводити працівника на іншу роботу без його згоди, крім випадків переводу на територію, на якій ведуться бойові дії, якщо така робота не протипоказана за станом здоров'я, лише для відвернення або ліквідації наслідків бойових дій, або інших випадків, коли існують випадки, які можуть загрожувати життю. Водночас змінився час попередження про такі зміни, замість 2 місяців роботодавець повинен попередити про такі зміни не пізніше впровадження цих змін. Однією з нових норм, щодо трудового договору, є його призупинення, у разі неможливості виконання сторонами обов'язків трудового договору, його можна призупинити на період воєнного стану, відшкодування працівнику покладаються на державу, що здійснює збройну агресію проти України. Повне розірвання договору може бути здійснене, як працівником, так і роботодавцем. Працівник може розірвати його за умови, що підприємство, організація чи установа, розташоване в районах ведення бойових дій, чи існує загроза для життя та здоров'я працівника. Звільнення працівника роботодавцем в умовах воєнного стану допускається в період його непрацездатності або відпустки, окрім відпустки у зв'язку з вагітністю та пологами, та відпустки для догляду за дитиною до досягнення нею трирічного віку. Зазнала змін тривалість робочого часу на тиждень та тривалість робочого тижню, вона може бути збільшена до 60 годин та 6 днів відповідно. Праця жінок може бути застосована на важких роботах, але лише за їхньою згодою. Зазнали змін норми праці в нічний час, роботодавець може залучати до роботи в нічний час працівників без їхньої згоди, окрім вагітних та жінок, які мають дитину до одного року, а також особам з інвалідністю, яким така робота протипоказана за медичними рекомендаціями. Суттєвих змін торкнулися норми, що стосуються відпусток: тривалість основної щорічної відпустки в умовах воєнного стану може бути скорочена до 24 календарних днів, роботодавець може відмовити в наданні будь-яких видів відпусток, окрім відпустки у зв'язку вагітністю та пологами, та відпустки для догляду за дитиною до досягнення нею трирічного віку, якщо такий працівник залучений до виконання робіт на об'єктах критичної інфраструктури. У нових нормах, які виникли в умовах воєнного стану, є можливість з ініціативи працівника отримати відпустку без збереження заробітної плати та на не визначений термін, а також роботодавець зобов'язаний надати за заявою працівника, який виїхав за межі України або набув статусу ВПО, надати відпустку без збереження заробітної плати на 90 календарних днів.

Важливість організації трудових відносин в умовах воєнного стану важко переоцінити. Законодавство, що регулює ці відносини, є фундаментальним для забезпечення стабільності, воно надає необхідні інструменти для адаптації до надзвичайних обставин та нормального функціонування суспільства. Воєнний стан вносить суттєві зміни в трудові

відносини та ставить перед суспільством серйозні виклики, які потребують регулювання. Правильне застосування цього законодавства є критичним для забезпечення функціонування суспільства в умовах воєнного конфлікту. Забезпечення дотримання прав і обов'язків працівників і роботодавців стає ключовим аспектом збереження нормальної роботи критичних галузей та забезпечення безпеки суспільства.

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИМ КЛІМАТОМ ПІДПРИЄМСТВА

Воробей А.Ю.,

*здобувач освітнього ступеня «магістр» за спеціальністю 073 «Менеджмент»,
кафедра менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій
Державний університет «Житомирська політехніка»*

В сучасних умовах ведення бізнесу, для забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку, власникам важливо піклуватися не лише про економічну ефективність, але і про соціально-психологічні аспекти діяльності. При сприятливому соціально-психологічному кліматі на підприємстві його економічні показники також будуть зростати (такі, як продуктивність праці).

Будь-яке підприємство, це, перш за все, колектив людей, соціальна організація. Така організація є основою всіх інших процесів, а соціально-психологічні аспекти присутні на всіх стадіях виробничого процесу, впливають на всі його сторони. Розуміння місця і ролі соціально-психологічних аспектів у трудовій діяльності та управлінні нею, знайшло відображення в теорії «людських відносин», однією з широко поширених в управлінській думці та практиці Заходу, особливо, в США в 30-50-х роках ХХ століття. Соціалістична, в тому числі, і радянська управлінська система, в силу тоталітарного характеру, не просто недооцінювала, а, взагалі, ігнорувала соціально-психологічну сторону управлінської діяльності, хоча і декларувала її наявність.

У сучасних умовах ведення бізнесу соціально-психологічні методи управління персоналом відіграють значну роль серед загальної системи управління персоналом. Вони впливають, переважно, на свідомість працівників, на соціальні, етичні, релігійні та інші інтереси людей, а також моральне стимулювання трудової діяльності. До соціальних методів управління відносяться: методи управління соціально-масовими процесами; групами; груповими явищами; соціального регулювання; рольових змін; соціальної профілактики. До психологічних методів управління відносяться: методи професійного відбору; гуманізації праці; формування емоційно-естетичного фону діяльності колективу. До соціально-психологічних аспектів управління підприємством належать [1]:

- соціальний аналіз в колективі працівників;
- соціальне планування;

- участь працівників в управлінні;
- соціальний розвиток колективу;
- психологічний вплив на працівників;
- моральне стимулювання;
- розвиток у працівників ініціативи та відповідальності.

Одним з основних та найбільш значущих завдань менеджерів на місцях є створення сприятливого соціально-психологічного клімату в середині колективу. Це важливо тому, що соціально-психологічний клімат колективу створює передумови для продуктивної (або не продуктивної) праці робітників. Актуальність дослідження соціально-психологічного клімату можна обґрунтувати, наприклад, тим, що поганий настрій працівника буде знижувати його ефективність роботи приблизно в півтора рази [2].

Існує ряд соціально-психологічних параметрів, які можуть піддаватися впливу з боку керівництва. Серед них варто відзначити: згуртованість колективу; сумісність співробітників, які в нього входять; психологічний клімат; колективна думка і настрої; традиції колективу [4].

Психологічний клімат – це сукупність факторів, що формують неофіційну атмосферу у колективі підприємства. За умов здорового психологічного клімату в колективі співробітники вільно спілкуються один з одним та загалом панує атмосфера взаєморозуміння. При цьому спілкування характеризується доброзичливістю, що дозволяє ефективно вирішувати службові завдання.

Моральний клімат визначається тим, які цінності в колективі є домінуючими: товарищівість, принциповість, взаємодопомога, висока свідомість або, навпаки, користолюбство, задрість та ін. Проте працездатний та згуртований колектив створюється не одразу, його виникненню передують тривалий процес становлення і розвитку. При цьому варто визначити дві основні умови його створення: перша – зрозумілі та якісні цілі діяльності колективу; друга – наявність певних (значних чи не значних) досягнень в процесі спільної діяльності. Для досягнення успіхів у формальному колективі потрібен сильний керівник, а у неформальному колективі – лідер, який веде за собою людей [3].

Напружені стосунки в колективі, або ж повна відсутність будь-яких взаємин між співробітниками характеризують несприятливий соціально-психологічний клімат на підприємстві. Такі умови завжди будуть негативно відображатися на результатах роботи організації. При цьому між працівниками підприємства постійно виникатимуть конфлікти, що негативно впливатимуть на міжособистісні стосунки, а отже, ще більше погіршуватимуть соціально-психологічний клімат в колективі. Психологічні дослідження підтверджують, що втрати робочого часу від конфліктних ситуацій та пов'язаних з ними переживань знаходяться на рівні приблизно 15%, а продуктивність праці при цьому може зменшитись

навіть на 20%. [5].

Сприятливий соціально-психологічний клімат буде навпаки сприяти максимальному залученню співробітників у роботу організації. Результатами формування такого клімату будуть підвищення продуктивності праці, високий ступінь творчої та інтелектуальної реалізованості кожного окремого працівника, соціальний розвиток підприємства тощо. Також сприятливий соціально-психологічний клімат є однією з основних умов високого рівня якості готової продукції або наданих послуг [4].

Соціально-психологічний клімат – це складна система взаємозв'язків та відносин між членами колективу, що під впливом внутрішньо-групових звичок і устоїв та індивідуальних психологічних особливостей кожного окремого працівника формують певну колективну свідомість, що притаманна лише певному конкретному колективу. Саме тому процес оцінки соціально-психологічного клімату кожного окремого підприємства буде складним, адже він буде формуватися індивідуально. Сформований соціально-психологічний клімат буде сприяти або ж навпаки, перешкоджати, продуктивній спільній діяльності працівників, досягненню цілей і мети діяльності підприємства в цілому.

Для того, щоб робота підприємства була ефективною, а працездатність та віддача працівників високою, важливо, щоб соціально-психологічний клімат в середині колективу був сприятливим.

Ознаки сприятливого психологічного клімату можна умовно поділити на три основні групи:

1) Загальні:

- довіра та взаємовимогливість членів групи один до одного;
- доброзичливість і ділові претензії;
- вільне висловлювання думок;
- відсутність тиску з боку керівництва на підлеглих і визнання за ними права приймати рішення;
- достатня поінформованість членів колективу про завдання та стан справ у колективі;
- високий ступінь емоційного включення та взаємодопомоги у ситуаціях, якщо є у цьому потреба;
- усвідомлення і взяття відповідальності на себе за стан справ у групі кожним із її членів.

2) Об'єктивні:

- високі показники результатів діяльності;
- низька плинність кадрів;
- високий рівень трудової дисципліни;
- відсутність конфліктності в колективі тощо.

3) Суб'єктивні

- характер виробничих відносин того суспільства, складовою частиною якого є група;
- організація й умови трудової діяльності;
- специфіка й особливості роботи органів управління;
- стиль і характерологічні форми керівництва;
- соціально-психологічні, тендерні та демографічні особливості групи;
- чисельність групи тощо.

Хоча основні ознаки сприятливого соціально-психологічного клімату є простими та зрозумілими, проте не завжди буде легко впровадити їх в економічне життя підприємства. При цьому сприятливий психологічний клімат легше сформувати на початку існування підприємства та підтримувати його на всіх стадіях життєвого циклу, ніж змінювати несприятливий в ході діяльності.

Формування соціально-психологічного клімату в колективі, який буде відповідати сучасним моральним нормам суспільства є однією з основних задач кожного менеджера. Адже, за таких умов, працівникам буде комфортніше працювати, а їх продуктивність зросте. Проте, сприятливий психологічний клімат не може виникати сам собою, до його формування необхідно докласти вагомих зусиль.

Список використаних джерел:

1. Долга Г. В. Психологічні аспекти управління персоналом: проблеми теорії та практики. Інтелект ХХІ. 2018. № 2. С. 71-75. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2018_2_16
2. Закаблук Г.О. Соціально-економічні аспекти розвитку трудових ресурсів. Перший етап модернізації економіки України: досвід та проблеми: монографія / за заг. ред. В. І. Ляшенка. Запоріжжя, 2014. С. 91-100.
3. Коломієць В.М. Принципи визначення конкурентоспроможності персоналу підприємства. Економіка і держава. 2007. №12. 280 с.
4. Кравченко О. О., С.В. Кикоть. Психологічні аспекти управління персоналом. Молодий вчений. – 2016. № 3. С. 101–103.
5. Матійків І. М. Роль конфліктологічної компетентності керівника у створенні безпечних психологічних умов праці у педагогічному колективі. Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. 2012. № 2. С. 434–443.

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

Гречаник Н.Ю.

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту і маркетингу

Коледіна К.О.

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту і маркетингу

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

В сучасних мінливих умовах господарювання відбувається загострення конкурентної боротьби серед підприємств сфери послуг, що, у свою чергу, сприяє швидкому впровадженню основних елементів маркетингу у роботу таких підприємств. Зважаючи на це, фахівці підприємств сфери послуг мають досконало володіти методологією маркетингу та вмінням застосовувати його залежно від конкретної ситуації. Ефективне використання

найціннішого з ресурсів – людського – навіть при мінімальних вкладеннях дозволить підприємствам сфери послуг виграти у жорсткій конкурентній боротьбі, оскільки застосування маркетингу в управлінні персоналом сприяє зростанню реальної віддачі й результативності діяльності підприємств без залучення додаткових ресурсів. Отже, роль маркетингу персоналу зростає і він стає ключовим фактором виживання й конкурентоспроможності підприємств сфери послуг, що й обумовило вибір теми дослідження та її актуальність.

Дослідженню теоретичних і практичних аспектів маркетингу персоналу та ефективності його управління присвячено багато наукових робіт, як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, таких як: О. Білецький, В. Воронкова, Т. Глушман, А. Кібанов, В. Колпаков, О. Кобяк, І. Петрова, В. Савченко, Т. Рябова, І. Рябов, М. Шостак та багато інші. Проте, незважаючи на значний науковий доробок з даної тематики дотепер залишається необхідність поглиблення досліджень щодо використання маркетингових елементів в управлінні персоналом на підприємствах сфери послуг.

Ринок послуг існує разом із товарним ринком і є одним з його різновидів, що розвивається в рамках загальних законів ринкової економіки та підкоряється цим законам. Водночас ринок послуг має низку специфічних рис, які обумовлюють особливий підхід до маркетингової діяльності підприємств цієї сфери [1, с. 78-81]. Так, послуга не існує окремо від виробника, що робить особливо важливою кваліфікацію персоналу. Від його професійних навичок, знань, здібностей і комунікабельності залежить конкурентоспроможність підприємства сфери послуг. Саме тому будь-яке підприємство сфери послуг зацікавлене у залученні висококваліфікованого персоналу. З цією метою поряд з функцією планування потреби в кадрах, їх забезпечення та використання здійснюється маркетинг персоналу. В основі маркетингу персоналу лежить філософія маркетингової діяльності, об'єктами якої виступають, з одного боку, задоволення якісних і кількісних потреб підприємства у персоналі, а з іншого – людина як потенційний працівник [2, с. 322-326]. Отже, маркетинг персоналу представляє собою вид управлінської діяльності, спрямований на задоволення якісних і кількісних потреб у персоналі підприємства. При цьому така діяльність повинна реалізовуватися на основі певних принципів, до головних з яких можна віднести наступні:

- відповідність обраних кадрових стратегій основним принципам кадрової політики підприємства;
- стратегічний підхід до формування кадрового складу з урахуванням перспектив розвитку підприємства;
- реалізація активної позиції на ринку праці з метою впливу на процеси формування трудових ресурсів, що забезпечують найбільш повне задоволення специфічних вимог підприємства до персоналу;

– забезпечення відповідності умов, пропонованих роботодавцем вимогам певних кваліфікаційних груп працівників, що склалися на ринку праці [3, с. 180-188].

Отже, персонал є важливим ресурсом підприємства, досягнення цілей якого можливе лише при вмілому управлінні ним на вищезазначених принципах маркетингу. Ефективне застосування маркетингу персоналу на підприємствах сфери послуг є запорукою їх конкурентоспроможності на ринку, оскільки виступає дієвим інструментом якісної кадрової політики, що включає в себе аналіз ринку праці та прогнозування його кон'юнктури, аналіз кадрового потенціалу, наймання кращих фахівців в умовах їх нестачі, сприяти кар'єрному зростанню працівників, формування колективу, який би діяв злагоджено, а також здійснення контролю за його діяльністю. Такий підхід з боку підприємства до своєї діяльності у сфері управління маркетингом персоналу гарантує не тільки виживання на ринку, але й довгострокові перспективи розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Рябова Т.А., Рябов І.Б. Особливості маркетингу у сфері послуг. *Приазовський економічний вісник*. 2018. №3(08). С. 78-81.
2. Глушман Т.М. Маркетинг персоналу як інструмент реалізації кадрової політики підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. №14. С.322-326.
3. Шостак М.А. Корпоративний аналіз підходів до використання концентрації маркетингу в управлінні персоналом підприємств сфери послуг. *Всеукраїнський науково-виробничий журнал. Серія «Інноваційна економіка»*. 2010. Т.2. №16. С. 180-188.

ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ ВНУТРІШНЬОГО І ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ОРГАНІЗАЦІЇ

Гринів Л.В.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту і маркетингу

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Лазорко В.М.

студент II курсу, ОР магістр, ОП Менеджмент організацій і адміністрування

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Прийняття рішень є невід'ємною частиною функції управління. Потреба приймати рішення пронизує все, що робить менеджер, формулюючи цілі та прагне їх досягти. Рішення приймається завжди в будь-якій обстановці. Якість кожного управлінського рішення залежить від багатьох факторів, що визначають зовнішнє середовище, в якому приймається рішення.

Прийняття управлінських рішень в умовах воєнного стану є складним завданням, після чого ситуація вимагає швидкого реагування та врахування багатьох факторів. Найважливішим є поєднання стратегічного мислення з гнучкістю та швидкістю реакції на змінну загрозу. Військовий стан вимагає від керівників здатності приймати рішення в обмеженому часі та за складних ресурсів.

Розуміння змісту зовнішнього середовища, його компонентів, а також їх впливу на управлінське рішення є одним із важливих аспектів у процесі розробки управлінського рішення. Для виконання функцій управління необхідне прийняття ефективних рішень. Удосконалення процесу прийняття аргументованих, об'єктивних рішень у ситуаціях надзвичайної складності досягається шляхом застосування наукового підходу до процесу. Для прийняття ефективного рішення менеджер повинен володіти технологіями прийняття рішень, бути озброєним системним і ситуаційним підходом, володіти моделями і методами прийняття рішень.

Кожна організація розташована та діє в середовищі. Будь-яка дія всіх без винятку організацій можлива лише в тому випадку, якщо середовище дозволяє її реалізацію.

Менеджери різних рівнів у сучасних умовах стикаються з прийняттям рішень у динамічному ринковому середовищі. Водночас зростає рівень невизначеності та кількість ризиків, які мають враховувати менеджери. Оптимізація управлінських рішень передбачає аналіз стратегічних цілей і бізнес-процесів у сфері виробництва, продажів, фінансів і маркетингу з метою максимізації прибутку і зниження витрат. У зв'язку з цим особливого значення набуває вивчення нових тенденцій у прийнятті управлінських рішень, які сприяють підвищенню їх ефективності [1].

Незважаючи на велику кількість методологій прийняття рішень, більшість із них включає стандартні п'ять кроків: визначення бізнес-проблеми, пошук інформації про можливі рішення та їхні ймовірні наслідки, оцінка альтернатив і вибір однієї з них, впровадження рішення в бізнес-діяльність та моніторинг ситуації (збір даних про наслідки рішень і внесення змін, якщо необхідно).

Прийняття управлінських рішень можна розуміти як процес їх формування та відбору. Управлінське рішення є результатом вибору суб'єктом (органом) управління способу дій, спрямованого на вирішення конкретної управлінської проблеми. Основною метою управлінського рішення є забезпечення координуючого впливу на суб'єкт (систему) управління для досягнення цілей організації [2, С. 9].

Жовковська Т. Т. визначає прийняття рішення вольовим актом керівника щодо розв'язання проблеми, яка передбачає набір альтернатив. При цьому вибір варіанта дій є процесом, а шлях розв'язання проблеми – результатом [3, С. 147].

В. М. Примак виділяє чотири елементи прийняття рішення: наявність вибору, усвідомлення вибору (рішення не вважається необдуманого, імпульсивною дією), орієнтація на результат і завершення вибору дією [4, С. 10].

Прийняття управлінських рішень на основі аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища організації є одним із етапів стратегічного управління. Для цього етапу обов'язково потрібно SWOT-аналіз (аналіз сильних, слабких сторінок, можливих та загроз), а

також інші інструменти та методики, які допомагають оцінити поточний стан організації та її зовнішнє оточення.

Аналіз внутрішнього середовища:

Сильні сторони (Strengths): це переваги або позитивні аспекти організації, такі як висока якість продукції, досвідчений персонал, ефективний менеджмент тощо.

Слабкі сторони (Weaknesses): недоліки або негативні аспекти організації, наприклад, нестабільність фінансів, загроза новітніх технологій, недостатня кваліфікація персоналу тощо.

Аналіз зовнішнього середовища:

Можливості (Opportunities): це фактори або особливості, які можуть стати перевагою для організації, наприклад, зростання попиту на ринку, зміни в законодавстві, розвиток нових технологій тощо.

Загрози (Threats): це зовнішні фактори, які можуть негативно позначитися на організації, такі як конкуренція на ринку, зміни в регулюючих політиках, економічна нестабільність тощо.

Після аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища керівництво може прийняти рішення, враховуючи ці дані. Наприклад, може бути прийнято рішення про використання сильних сторінок для можливого використання або про усунення слабких сторінок, щоб уникнути загрози.

На основі цього аналізу менеджери приймають стратегічні рішення, спрямовані на максимізацію переваг організації та мінімізацію негативного впливу факторів зовнішнього середовища. Це може включати в себе розробку нових продуктів, зміну бізнес-моделі, розвиток нових стратегій маркетингу або управління ризиками, щоб пристосуватися до змін на ринку.

Враховання як внутрішніх, так і зовнішніх факторів у процесі управлінського рішення дозволить забезпечити максимально можливих варіантів і звернути найбільш оптимальний курс для досягнення стратегічних цілей організації.

Управлінські рішення повинні бути спрямовані на максимізацію переваг і мінімізацію недоліків організації, враховуючи зміни у зовнішньому середовищі та цілі організації. Це потім створить стратегію, яка сприяє успішному розвитку організації в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Кравченко М., Голюк В. Прийняття управлінських рішень: сутність та сучасні тенденції розвитку. *Економіка та суспільство*, 2022. № 40. DOI:<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-37>
2. Ачкасова Л. М. Оцінювання ефективності управлінських рішень. *Економіка транспортного комплексу : збірник наукових праць*. 2018. Вип. 23. С. 50–59.
3. Жовковська Т. Т. Методологія прийняття управлінських рішень за рефлексивного підходу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. № 19. С. 146–150.
4. Приймак В. М. Прийняття управлінських рішень : навч. посібник. Київ : Атіка, 2008. С. 10.

МІЖНАРОДНЕ МУНІЦИПАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК НАПРЯМ РОЗВИТКУ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА З КРАЇНАМИ ЄС

Гринів Л.В.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту і маркетингу

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Левкович Р.О.

студент II курсу, ОР магістр, ОП Менеджмент ЗЕД

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Сучасна система управління в Україні базується на принципах демократії, де ключову роль відіграють органи місцевого самоврядування. Діючи у рамках Конституції та національного законодавства, вони забезпечують виконання волі громадян у вирішенні соціальних, культурних, освітніх та екологічних питань. Процес децентралізації, який триває в країні, сприяє підвищенню ефективності управління та зміцненню потенціалу місцевих спільнот. Особливо важливим є розвиток міжнародного співробітництва та створення міцних партнерських зв'язків з адміністративними одиницями інших країн. Це допомагає громадам отримувати кращі практики та досвід від європейських та світових партнерів, а також залучати міжнародне фінансування [1].

Міжнародне муніципальне партнерство - це співпраця між муніципалітетами (місцевими органами влади) різних країн з наданням обміну досвідом, знаннями та ресурсами для спільного розв'язання проблем і підтримки сталого розвитку.

Співпраця між муніципалітетами країн Європейського Союзу (ЄС) та муніципалітетами України може бути вкрай корисною. Це дозволяє обмінюватися кращими практиками управління містами та регіонами, розвивати партнерство у сферах, таких як економіка, освіта, культура, соціальний розвиток, енергетика, технології та інфраструктура. Особлива увага приділяється транскордонному співробітництву з громадами сусідніх країн Європейського Союзу, що включає обмін досвідом, розвиток культурних та освітніх проєктів і економічну співпрацю. Це сприяє залученню нових ідей та підходів, які можуть використовуватися для вирішення місцевих проблем. Ще одним важливим аспектом є вплив статусу України як кандидата на вступ до ЄС на можливості для розвитку місцевих громад через міжнародне співробітництво.

У зв'язку з цим метою є визначення ключових орієнтирів і заходів з удосконалення механізмів міжмуніципального співробітництва та інтенсифікації процесу їх використання для зміцнення економічної безпеки прикордонних населених пунктів

Участь у дослідницьких проєктах відкриває двері до інновацій та наукових відкриттів. Це може бути розробка нових продуктів чи вдосконалення процесів, які впливають на місцевий розвиток. У такій співпраці часто беруть участь університети та наукові установи, що сприяє глибшому академічному співробітництву.

Розвиткові ініціативи – ще одна важлива частина цього процесу. Вони можуть бути спрямовані на вирішення соціальних проблем, таких як боротьба з бідністю, поліпшення освіти та охорони здоров'я. Також важливими є екологічні проекти, які зосереджені на захисті довкілля та стійкому використанні природних ресурсів. Ці ініціативи не тільки вирішують актуальні проблеми, але й підтримують локальні громади, покращуючи якість життя та сприяють економічному зростанню.

Крім того, така міжнародна співпраця допомагає українським муніципалітетам інтегруватися у глобальні мережі, обмінюватися досвідом із зарубіжними колегами та вчитися на прикладах інших країн. Це сприяє загальному розвитку та відкриває нові можливості для міжнародного партнерства та співробітництва.

Основні аспекти міжнародного муніципального партнерства з країнами ЄС включають:

1. Обмін досвідом та найкращими практиками: муніципалітети з країн ЄС та партнерських країн можуть обмінюватися досвідом та кращими практиками у сферах управління містами, соціального розвитку, охорони довкілля, технологій, інфраструктури.

2. Розвиток проектів та спільних ініціатив: міжнародні муніципалітети можуть спільно розробляти та реалізовувати проекти з різних сфер – екологія, енергоефективність та інше.

3. Створення мережі та платформи обміну: зазвичай створені спеціальні мережі або платформи для обміну інформацією, спілкування та співпраці між муніципалітетами для полегшення обміну досвідом та співпраці.

4. Фінансова підтримка та технічна допомога: часто міжнародні партнерства надають фінансову підтримку чи технічну допомогу для реалізації спільних проектів та ініціатив.

5. Підтримка сталого розвитку: муніципальне партнерство сприяння спільним зусиллям у реалізації цілого сталого розвитку, включаючи питання екології, енергоефективності.

Ці аспекти сприяють поглибленій співпраці між муніципалітетами країн ЄС та іншими державами з метою обміну досвідом, покращення умов життя та сприяння сталому розвитку.

Міська рада Долини активно працює з зарубіжними містами-партнерами, включаючи спільні проекти та ініціативи, які були особливо важливими у 2022 році через російську військову агресію. Завдяки цій міжнародній співпраці, громада Долини отримала значну гуманітарну допомогу.

У 2022 році Долинська МР уклала договори про співпрацю з трьома міжнародними партнерами: містом Бююкчекмедже в Турецькій Республіці, Шяуляйським районом у Литві та містом Монтіньї-ле-Бретонне у Франції. У рамках проекту «Мости довіри», що

фінансувався програмою «U-LEAD з Європою» і підтримувався Європейським Союзом та його державами-членами, було налагоджено партнерство з Шяуляйським районом. Цей проект сприяв розширенню можливостей муніципалітетів в Україні та ЄС.

Долинська рада також підписала Хартію про побратимство з французьким містом Монтіньї-ле-Бретонне, з метою надання гуманітарної підтримки населенню, постраждалому від конфліктів. Партнерство з цим містом-побратимом включало спільні заходи у галузі освіти, культури, молодіжної політики, розвитку місцевого самоврядування та підтримки бізнесу, а також проект співпраці в освітній сфері, зокрема вивчення французької мови.

Окрім того, Долина брала участь у проекті двосторонньої співпраці з Данським муніципалітетом Гульборгсунн, в рамках якого відбулись онлайн-зустрічі з обміном досвідом та обговоренням важливих питань у часи війни [3].

З метою відображення інтересів місцевих громад, особливо у контексті децентралізації та делегування влади на місцевий рівень, органи місцевого самоврядування активно застосовують такий метод транскордонної співпраці, як створення партнерських зв'язків з громадами сусідніх держав-членів Європейського Союзу.

Сучасний аналіз міжнародних взаємин між територіальними громадами підтверджує, що така співпраця має високий рівень інституційного підтримання та активно включає різні сторони. Ключовими формами цього виду співробітництва на міжрегіональному рівні є впровадження спільних програм, стратегій та концепцій, посилення комунікацій та взаємодій між представниками органів самоврядування, некомерційними організаціями, бізнес-сектором, громадами, а також проведення спільних культурних заходів та інших ініціатив.

Отже, розвиваючи міжнародне співробітництво та реалізуючи на його базі спільні транскордонні проекти, мешканці територіальних громад користуються своїм конституційним правом і здійснюють можливість самостійно, або за допомогою органів місцевого самоврядування та їхніх посадових осіб, вирішувати локальні питання в межах положень Конституції та законів України.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про співробітництво територіальних громад» від 04.04.2023 р., №1508-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1508-18#Text>
2. Закон України «Про транскордонне співробітництво» від 24.06.2004 р., №1861-IV URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1861-15>
3. Офіційний інформаційний сайт Долинської міської ради URL: <https://rada-dolyna.gov.ua/>

ЕЛЕМЕНТИ МОДЕРНІЗАЦІЇ КООПЕРАТИВНИХ ВІДНОСИН НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ

Grytsiuk S.Y.

professor, postdoctoral researcher,

Radboud University, Nijmegen, The Netherlands

Олійник Р.З.

аспірант II-го року навчання спеціальності 051- Економіка,

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Матковський П.Є.

доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку і оподаткування

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Низка деструктивних процесів, які відбуваються впродовж останнього десятиліття підкреслюють важливість та невідворотність до процесів об'єднання, активізації кооперативних відносин. Такі форми співпраці є особливо важливими для суб'єктів господарювання мікрорівня, оскільки за своєю сутністю дають змогу використати перевагу ефекту масштабу. Загальносвітова практика свідчить, що існують сім основоположних принципів кооперації, коріння яких ведуть до першого сучасного кооперативу, заснованого в Рочдейлі, Англія, у 1844 році:

1. Добровільне та відкрите членство;
2. Демократичний членський контроль;
3. Економічна участь членів;
4. Автономія та незалежність;
5. Освіта, навчання та інформація;
6. Кооперація між кооперативами;
7. Турбота про громаду [1].

Наведені принципи спричинили важливий вплив на формування Законів України «Про кооперацію», «Про сільськогосподарську обслуговуючу кооперацію» та ін. Однак, попри значні зусилля, низку грантових фондів в цьому напрямі, кооперативний рух досі не набув належного сприйняття українським суспільством. Про це свідчать статистичні дані. На початок 2021 року в Україні зареєстровано 1269 аграрних кооперативів, а їхня частка на українському ринку сільськогосподарської продукції становить трохи більше 1% [2].

Централізоване сприяння «зверху» поширенню кооперації в сучасному демократичному суспільстві часто приречене на невдачу. Зазвичай успішна спільна діяльність повинна бути ініційована громадянами, які в подальшому зможуть стати учасниками кооперативних об'єднань. Розуміючи переваги таких організаційно-правових форм господарювання для економіки загалом, об'єднаних територіальних громад, сільських і

міських жителів зокрема, необхідно виділити кілька елементів, які покликані осучаснити погляд на кооперацію та адаптувати світову практику такої моделі організації справ до вітчизняних реалій. Важливим є організувати механізм співпраці господарств населення, сільських жителів, мікропідприємств на сільських територіях із жителями міст, надаючи цим самим, поштовх розвитку підприємництва на селі, закріплюючи право приватної власності на землю, зберігаючи традиції і багато інших доленосних аспектів. До елементів, які визначають модернізацію кооперативних зв'язків в аграрному секторі економіки на рівні мікропідприємств слід віднести інтеграцію:

- Інтернет платформи, де прописати завдання, та отриманий ефект кожного учасника [3];
- сучасних технологій галузей рослинництва і тваринництва, використовуючи власні земельні ресурси;
- суттєвої рентабельності завдяки відстороненні кількох ланок посередників між виробником та споживачем;
- відео спостереження за процесами вирощування продукції на сільських територіях, інвестиційні ресурси та споживання якої можуть організовувати безпосередньо жителі міст;
- споживання екологічно чистої продукції власного виробництва;
- логістики продукції з використанням електромобілів;
- зеленого туризму, завдяки якому жителі міст зможуть проводити дозвілля на сільській садибі.

Схожі тезисні пропозиції імплементації кооперативних відносин мали місце і дотепер. З огляду на це, доведення або спростування ефективності такого механізму співпраці на практиці, пропонується, починаючи з пілотного проєкта, мінімальної господарської одиниці задля економії часу, коштів та інших ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Understanding the Seven Cooperative Principles. URL:<https://www.electric.coop/seven-cooperative-principles> (дата звернення: 11.11.2023 р.).
2. Сільськогосподарські кооперативи: види, плюси та мінуси. URL:<https://eos.com/uk/blog/silskohospodarski-kooperatyvy/> (дата звернення: 11.11.2023 р.).
3. “Перехід-4”. Інтернет-портал обслуговуючого кооперативу. URL: <http://perehid-4.com.ua/> (дата звернення: 11.11.2023 р.).

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ВИРОБНИЦТВІ

*Гурська І. С.,
к.е.н., доцент*

Відокремлений підрозділ Національного університету біоресурсів і природокористування України «Бережанський агротехнічний інститут»

Військові дії на території України є руйнівними для розвитку підприємницької діяльності в сільськогосподарському виробництві. Розвиток аграрного підприємництва у

воєнний час є ключовим чинником відновлення економіки країни після військового конфлікту. Забезпечення та підвищення організаційно-економічних аспектів розвитку діяльності підприємств у сфері сільського господарства полягає, перш за все, у розробці та реалізації цілей, завдань та принципів задоволення потреб і очікувань споживачів на ринку агропродукції.

Згідно з статтею Господарського кодексу України, «підприємництво - це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку» [2]. Особливостями підприємницької діяльності в аграрній галузі є самостійне здійснення процесу формування програми діяльності та залучення ресурсів (матеріальних, технічних, фінансових, трудових, земельних); вільний вибір методики ведення внутрішньовиробничих відносин та фінансових розрахунків; самостійний розподіл отриманим прибутком, що залишився після сплати податків, зборів та інших передбачених законодавством платежів.

Малік М.Й. виокремлює підприємництво як інститут забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектора економіки, який виступає засобом структурної перебудови, стимулом трансформаційних змін через інституціоналізацію економічних відносин до умов ринку. Проте інститут аграрного підприємництва поки що не став економічно відповідальним, а надлишок економічної влади дає можливість диктату щодо умов формування відносин, які, головним чином, пов'язані з перерозподілом ренти не на користь селянина-власника [3].

Організаційно-економічні заходи повинні бути направлені на розвиток підприємництва в сільськогосподарському виробництві – це, здебільшого, інструментарій ефективного використання усіх видів ресурсів та реалізація його потенціалу.

Важливим аспектом ефективного організаційно-економічного функціонування будь-якого підприємства та основою його стабільного розвитку в конкурентному середовищі є зростання економічного потенціалу підприємства в умовах нестабільної економіки яке залежить від системи управління [1, с. 56].

Розвиток підприємницької діяльності в сільськогосподарському виробництві включає в себе різноманітні організаційно-економічні аспекти, які визначають ефективність господарювання та сталий розвиток аграрного сектору, до яких відносяться:

1. Формування бізнес-структур через створення кооперативів та об'єднань підприємств, що може полегшити доступ до ресурсів та забезпечити покращення переговорної позиції перед замовниками та постачальниками. Заохочення підприємницької активності через підтримку стартапів та впровадження інновацій, яка забезпечить впровадження нових ідей, технологій та ефективних методів виробництва.

2. Фінансова підтримка, яка створить надійні умови для доступу до фінансових ресурсів через кредитування та вирішити проблеми з ліквідністю, розширенням виробництва, впровадження новітніх технологій, надання грантів та субсидій, які стимулюватимуть розвиток підприємств.

3. Впровадження сучасних технологій, механізації та автоматизації виробничих процесів, що підвищить продуктивність та знизити витрати праці. Розвиток необхідної інфраструктури для підвищення ефективної діяльності підприємств.

4. Застосування принципів сталого землекористування та оптимізації використання землі щодо підвищення врожайності та збільшення прибутковості господарювання.

5. Розробка ефективних маркетингових стратегій, яка забезпечить зростання конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства на ринку агропродукції.

6. Забезпечення можливостей для навчання та підвищення кваліфікації працівників.

Отже, забезпечення ефективності та конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств може сприяти підвищенню рівня життя селян, розвитку сільських громад та загальному економічному зростанню. Основним аспектом організаційно-економічного розвитку підприємницької діяльності в сільському господарстві є створення сприятливого середовища, що дозволить підприємствам пристосовуватися до змін в економічному, соціальному та екологічному середовищі.

Список використаних джерел

1. Андрійчук В.Г., Сас І.С. Концентрація в аграрній сфері економіки: проблемні аспекти. Київ. КНЕУ. 2017. 303 с.
2. Господарський кодекс України. Редакція від 03.02.2013, підстава 5073-17 URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
3. Малік М.Й., Шпикуляк О.Г., Супрун О.М. Розвиток підприємницької діяльності в аграрному секторі: макроекономічний аспект. *Науковий вісник Ужгородського університету Серія Економіка*. 2017. Випуск 1 (49). Т.2. URL: http://www.visnykekon.uzhnu.edu.ua/images/pubs/49_2/49_32-37.pdf.

СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПРОСУВАННЯ ПОДІЙ

Каніус Л.В.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу

Національний університет харчових технологій

Умови пандемії Covid-19 та воєнний стан в Україні змінили формат проведення подієвих заходів: деякі бренди призупинили або повністю відмовилися від івент-активностей, а певна частина перейшла в онлайн-формат. Підприємства та івент-агенції адаптуються до нових та інноваційних способів просування брендів на ринок через сучасні інструменти івент-маркетингу [2].

Сьогодні дає можливість організаторам створювати гібридні заходи, що дозволяють охопити ширшу аудиторію та надають відвідувачам більше гнучкості. Гібридні заходи передбачають проведення івентів з невеликою офлайн-аудиторією і з необмеженою

кількістю учасників в режимі онлайн. В умовах воєнного стану це забезпечує безпекову складову проведення заходів. Гібридні заходи набули популярності завдяки прогресу в технологіях, зокрема в області відеоконференцій, прямих трансляцій і платформ віртуальних подій, які дозволяють проводити презентації в прямому ефірі [4]. В такому форматі компанія «Apple» вже кілька років поспіль проводить презентацію своїх брендів, у 2023 році представлено смартфон iPhone 15 та оновлену лінійку Apple Watch. Отримати контент з будь-якої точки світу можуть книголюби: видавництво «Старого Лева» час від часу проводить онлайн-презентації нових авторських книг. Цього року проводився Український маркетинговий форум, організатори якого вирішили не відкладати життя на потім, і зібрали цікавих спікерів, які розповідали про свої бренди, що вносять економічний та інтелектуальний вклад в майбутнє України під час війни, в якій опинилося українське суспільство через військове вторгнення Російської Федерації на територію України. Українські бренди використовують волонтерство як ефективну стратегію маркетингу заходів, яка приносить користь як громаді, так і компанії. Наприклад, ТМ «SEMA» на вечірній презентації своїх товарів зібрала кошти для підтримки Збройних Сил України, таким чином зробивши внесок у наближення Перемоги.

Маркетингові заходи, що підтримують соціальні цілі, можуть підсилити лояльність споживачів до бренду. Так, ТЦ «Гулівер», святкуючи свої ювілеї, реалізовує волонтерську діяльність для соціальних цілей. Цього року в межах святкування Дня народження, крім великого зіркового концерту, розіграшу цінних подарунків та проведення міжнародного медіа-арт фестивалю UArt Media Fest, було зібрано на відбудову шкіл кошти, які перераховано через фандрейзингову платформу United24. В цілому, українці активніше беруть участь у заходах, що підтримують благодійні та волонтерські ініціативи, які спрямовані на надання допомоги тим, хто постраждав від війни.

Віртуальні та гібридні івенти передбачають використання платформ реєстрації та квитків. Сучасні інструменти дозволяють легко керувати реєстрацією учасників та продажем квитків через онлайн-сервіси. Використання мобільних застосунків для івентів дає можливість організувати процес проведення заходів, а також взаємодіяти із учасниками. Застосунки для організації івентів забезпечують інформацію про розклад, карту події, сповіщення та інші корисні функції для учасників. Мобільні застосунки для взаємодії з цільовою аудиторією дозволяють учасникам спілкуватися, обмінюватися враженнями та робити мережевий аналіз.

Важливими інструментами івент-маркетингу є створення окремих сторінок для події в соціальних мережах для залучення учасників та використання унікальних хештегів, а також створення спільнот для сприяння обговоренням різних тем.

Стрімінг – новий комунікаційний інструмент в подієвому маркетингу. Використання відео та стрімінгу передбачає глобальну доступність, залучення та розширення аудиторії, інтерактивність, підвищення маркетингового іміджу. Відеоплатформи дають можливість відстежувати аналітику. Організатори можуть аналізувати дані про перегляди, взаємодію з аудиторією та інші метрики для оцінювання ефективності події та планування майбутніх івентів.

У покращенні організації і проведенні подій важливу роль відіграє штучний інтелект. Його технології можуть забезпечити автоматизацію, персоналізацію та ефективне управління різними аспектами маркетингового івент-планування. Штучний інтелект може використовувати аналітику для аналізу даних про учасників минулих івентів та їхню взаємодію з подіями в мережі для підготовки персоналізованих пропозицій та рекомендацій; аналізувати дані про попит на попередніх івентах, соціальні мережі, тенденції галузі для прогнозування обсягів участі та попиту на конкретні послуги чи товари; здійснювати автоматизоване обслуговування учасників шляхом використання чат-ботів для відповідей на запитання учасників, надання інформації про подію.

Використання розумних технологій на події може додати інноваційність, підвищити залучення учасників та покращити загальне враження від івенту. ІоТ, які можуть використовувати на івентах: RFID-браслети та карти для контролю доступу учасників до різних зон; технології розпізнавання обличчя для швидкої та зручної реєстрації учасників та відстеження персоналізованої поведінки; інтерактивні стенди для отримання додаткової інформації та здійснення віддалених покупок, а також створення інноваційних та захопливих експонатів; технології для забезпечення безпеки, що дають можливість виявляти непередбачені ситуації та вчасно реагувати на них; системи гучного повідомлення для інформування учасників.

Сучасні інструменти івент-маркетингу відіграють ключову роль у забезпеченні успіху та ефективності проведення подій. Вони допомагають організаторам не лише привертати увагу аудиторії, а й спрощують процеси планування, просування та аналізу івентів.

Список використаних джерел:

1. Матвійчук Я. Ринок організації подій: нова стратегія виживання і плани на майбутнє. URL: <http://surl.li/nhcwp> (дата звернення: 15 листопада 2023)
2. Переорієнтація івент-сфери. Які заходи проводять українці під час війни? URL: <http://surl.li/nhcxt> (дата звернення: 10 листопада 2023)
3. Семенчук К.Л., Нечит Д.Д. Управління проектами згідно з трендами event-галузі. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2021. № 1 (74). 76–86.
4. Waechter F. M. Event Marketing Strategies to Avoid. URL: <http://surl.li/nhczu> (дата звернення: 10 листопада 2023)
5. Dash A. The Future of Event Marketing: 7 Trends to Stay Ahead in 2023. URL: <http://surl.li/nhdam> (дата звернення: 10 листопада 2023)

АУТСОРСИНГ В УКРАЇНІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

*Кілик Т.М.,
магістрантка*

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Аналіз тенденцій міжнародного ринку праці зумовлює необхідність у пошуку форм та методів розподілу та перерозподілу трудових ресурсів у світовому господарстві. Одним із них є поняття «аутсорсингу». Хоч це поняття не є новим, але більшість міжнародних компаній все ж таки вдаються до захисту національних інтересів і відповідно намагаються орієнтувати власні виробничі ресурси в материнських країнах походження.

Історія сучасного аутсорсингу почалася наприкінці 80-х на початку 90-х років. Численні аутсорсингові компанії пропонують своїм клієнтам послуги від аутсорсингу рекрутингових процесів до цифрового маркетингу, сподіваючись укласти угоду з іншими компаніями.

Традиційний аутсорсинг орієнтований на скорочення витрат, пов'язаних із виконанням простих, визначених завдань, які досить легко можна автоматизувати. До основних завдань, переданих на аутсорсинг, можна віднести як нарахування заробітної плати, так і мережеве управління компанією.

Дистанційна робота та доступ до світового ринку талантів дозволяють сформуванню однакових конкурентні переваги у пошуку кадрового забезпечення. Ця конкурентна перевага стосується і працівників, адже розширюються їхні можливості працевлаштування із досить незначними витратами для них. До основних проблем, з якими стикаються організації в процесі функціонування, відносяться: пошук та набуття талантів, обмеженість інструментів аналізу даних та технологій, взаємодія між функціями підприємства, міграція працівників, недостатні навички персоналу, відсутність адекватних обсягів даних для проведення аналізу кон'юнктури ринків.

Дослідження правильного балансу функцій організації між аутсорсингом та інсорсингом завжди було складним завданням, а трансформації, що відбуваються в процесі реалізації товарів та надання послуг, лише ускладнюють його. Рішення про те, які функції залишати на виконання всередині організації, а які передавати, повинно забезпечувати баланс між ефективним реагуванням на нові способи функціонування, та збереженням наявних талантів в організації.

Історично моделі використання сторонніх осіб для реалізації функцій організації поділяються на дві групи: традиційний аутсорсинг (зосереджений на зниженні витрат у легко автоматизованих, простих, дискретних завданнях); віддалені послуги (зосереджені на ціноутворенні, а також рівні обслуговування). Однак, такі моделі продовжують свій розвиток, щоб відповідати сучасним операційним моделям.

Як зазначає консалтингова компанія Deloitte, причини використання аутсорсингу різняться в залежності від моделі формування цінності продукту компанії [1]. При традиційному аутсорсингу до основних причин відносяться: потреба в скороченні витрат, зміна бізнес та операційної моделі, доступ до нових можливостей, трансформація капітальних витрат в операційні, зростання конкуренції, тенденції ринку праці, зміна очікувань працівників, зміни у інституційному регулюванні, збільшення кількості та ускладнення онлайн небезпек.

Аутсорсинг - це передача бізнес-процесів на виконання третім сторонам, як всередині країни, так і за її межами. У 2022 році обсяг світового ринку аутсорсингових послуг оцінювався в 273.3 мільярда доларів США, що приблизно на 40 мільярдів доларів США більше, ніж у попередньому році [2].

Найбільший попит на аутсорсингові послуги спостерігається в галузі інформаційних технологій. Відповідно до даних статистичного порталу Statista [2] ринкова вартість цього сектору сягає близько 400 трильйонів доларів США і очікується зростання до 600 трильйонів доларів США впродовж наступних п'яти років. Серед основних галузей аутсорсингу, до яких вдаються ІТ-компанії є: управлінський, розробки програмного забезпечення, веб-хостинг.

Як ми можемо спостерігати, досить велика частка ринку припадає на аутсорсинг, зокрема на аутсорсинг в ІТ-компаніях. Ключовими гравцями на ринку аутсорсингових послуг виступають такі компанії, як Accenture, Capgemini, Cognizant, Concentrix, Fujitsu, Hitachi, IBM, Infosys, Kyndryl, NTT Data, SAIC, Samsung SDS, TCS, Tech Mahindra, TietoEVERY.

До основних вимог в процесі вибору країни для аутсорсингу в ІТ є нижчі витрати, високорозвинений ІТ-ринок, якісна освітня інфраструктура та офіційна мова спілкування. Ці чинники створюють великий кадровий резерв кваліфікованих технічних працівників. Деякі компанії можуть враховувати й інші чинники. Вони можуть варіюватися від різних офіційних вихідних до значних культурних відмінностей, які можуть перешкоджати співпраці. Останній чинник, який необхідно враховувати при виборі країни для аутсорсингу розробки програмного забезпечення - це часові пояси.

Український уряд приділяє велику увагу освіті, що сприяє процвітанню технологічної індустрії в країні. Згідно зі статистичним аналізом вмій та навичок програмістів HackerRank, українські розробники отримали середній бал 88,7% [3]. Незважаючи на те, що англійська мова не широко поширена в суспільстві, 80% ІТ-спільноти використовують її в повсякденній комунікації.

В умовах жорсткої конкуренції та зростання вартості робочої сили аутсорсинг виступив ключовим рішенням для компаній, які прагнуть скоротити витрати та підвищити прибуток. Азія приваблює сотні європейських і американських компаній великою кількістю

дешевих кваліфікованих працівників. Однак, в останні роки Східна Європа стала альтернативою для компаній, які прагнуть заощадити на персоналі, але не наважуються перенести основні функції так далеко від дому.

Україна є гравцем, якого важко ігнорувати, коли йдеться про ІТ, а також розвивається як перспективна країна у сфері віддалених продажів і маркетингу. Дійсно, з високоосвіченим населенням та відносно низькими цінами, Україна є ідеальним місцем для формування додаткового кадрового резерву.

Список використаних джерел:

1. Deloitte US | Audit, Consulting, Advisory, and Tax Services. *Deloitte United States*. URL: <https://www.deloitte.com/us/en.html>(date of access: 10.11.2023).
2. Statista - The Statistics Portal. *Statista*. URL: <https://www.statista.com>(date of access: 09.11.2023).
3. Which Country Would Win in the Programming Olympics?. *HackerRank Blog*. URL: <https://www.hackerrank.com/blog/which-country-would-win-in-the-programming-olympics/>(date of access: 09.11.2023).

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У СЕКТОРІ ІНФОРМАЦІЇ ТА КОМУНІКАЦІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Кічурчак М.В.,

*д.е.н., професор, професор кафедри економіки України
Львівський національний університет імені Івана Франка*

Цифровізація та впровадження інновацій, пов'язаних з інформаційно-комунікаційними технологіями (ІКТ), створюють сприятливі умови для посилення позицій підприємств сектора інформації та комунікації (СІК) на регіональному і національному рівнях. Підприємства СІК беруть участь і в досягненні цілей сталого розвитку через збільшення частки високотехнологічних секторів і перехід до економічного зростання екологічно невиснажливим способом. Війна в Україні, яку почала російської федерації, стала одним з вагомих чинників, які негативно впливають діяльність підприємств СІК на регіональному і національному рівнях. Важливо оцінити головні чинники формування доданої вартості підприємств СІК для досягнення цілей сталого розвитку і поствоєнної відбудови економіки України.

На науково-методологічному з'ясування соціальних та економічних умов розвитку підприємств СІК, визначення їхнього місця у забезпеченні сталого розвитку і структурних змін на регіональному і національному рівнях має дискусійний характер. Зокрема, специфіковано головні теоретичні підходи до особливостей впливу суб'єктів підприємництва сектору інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) на виробництво суспільних благ у національній економіці [1, с.]. З позиції посилення позицій креативної економіки в Україні визначено чинники структурних змін у СІК в країнах ЄС та сформовано

наукові підходи до адаптації цього досвіду до національних соціально-економічних умов [2; 3]. За допомогою багатофакторного регресійно-кореляційного аналізу виявлено чинники, які впливають на ділову активність підприємств СІК за регіонами України та окреслено головні напрями повоєнної відбудови креативних індустрій [4].

Для визначення чинників, які впливають на формування доданої вартості підприємств СІК виходимо з таких передумов: наявність даних за 2014–2021 рр., неповне представлення даних Державною службою статистики України за 2022 р., особливістю є те, що чинники, які будуть виявлені, описують соціально-економічну ситуацію до війни, їх можна взяти за основу з урахуванням ризиків впливу війни на функціонування підприємств. Нехай діяльність підприємств цього сектору характеризується: залежною змінною Y – додана вартість за витратами виробництва суб'єктів господарювання у СІК за регіонами, тис. грн; незалежними змінними X_1 – прибуток до оподаткування підприємств у СІК за регіонами, тис. грн.; X_2 – структура імпорту послуг СІК за регіонами, % до загального обсягу; X_3 – кількість діючих суб'єктів господарювання у СІК у розрізі регіонів, од.; X_4 – кількість зайнятих працівників у суб'єктів господарювання в СІК, осіб.

$$Y = 3,919 * X_1 + 827530,017 * X_2 + 346,281 * X_3 - 88,641 * X_4 - 373028,847 \quad (1)$$

Регресійно-кореляційне рівняння є адекватним за критерієм Фішера ($F_{розр}=7187,530$) та t -тестом Ст'юдента, у ньому відсутня автокореляція першого порядку за критерієм Дарбіна-Уотсона (DW , 99 % = 1,914), тіснота зв'язку є дуже високою ($R^2=0,9941$). Згідно з визначеними параметрами рівняння (1) на створення доданої вартості підприємствами у секторі СІК за регіонами України впливає низку чинників, їх можна інтерпретувати в такий спосіб.

Як показують результати розрахунків з використанням реальних статистичних даних, зростання на 1 тис. грн величини прибутку до оподаткування підприємств у СІК за регіонами збільшує в середньому додану вартість за витратами виробництва суб'єктів господарювання у СІК за регіонами на 3,919 тис. грн; збільшення структури імпорту послуг СІК за регіонами на 1 % підвищує в середньому додану вартість за витратами виробництва суб'єктів господарювання у СІК за регіонами на 827530,017 тис. грн.; зростання кількості діючих суб'єктів господарювання у СІК у розрізі регіонів на 1 одиницю підвищує в середньому додану вартість за витратами виробництва суб'єктів господарювання цього сектору на 346,281 тис. грн; збільшення на 1 особу зайнятих працівників у суб'єктів господарювання СІК за регіонами зменшує в середньому додану вартість за витратами виробництва суб'єктів господарювання у СІК на 88,641 тис. грн.

Отже, згідно з одержаними результатами для того, щоб підприємства СІК могли створювати валову додану вартість і позитивно впливати на просторовий розвиток і досягнення цілей сталого розвитку потрібно на національному і регіональному рівнях створити під час і після завершення війни сприятливе середовище для розширення обсягів виробництва продукції СІК, зменшення перешкод для експорту послуг СІК, появи нових вакансій та залучення інвестицій. Перспективи подальших досліджень пов'язані з оцінкою ролі підприємств СІК для забезпечення повоєнного відновлення економіки України.

Список використаних джерел:

1. Кічурчак М. Теоретико-методологічні засади впливу сектору інформаційно-комунікаційних технологій на відтворення суспільних благ у національній економіці. *Економічний простір*. 2021. Вип. 175. С. 7–12.
2. Кічурчак М. Структурні зміни в секторі інформації та комунікації в системі креативної економіки країн ЄС: досвід для України. *Економіка і прогнозування*. 2022. № 3. С. 115–130.
3. Kichurchak M. Information and communication technologies sector development as a factor of forming creative industries in the European Union countries: experience for Ukraine. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2023. № 1 (48). С. 399–408.
4. Кічурчак М. Вплив сектору інформації та комунікації на просторовий розвиток і пост-воєнну відбудову креативних індустрій в економіці України. *Економічний форум*. 2023. № 3 (1). С. 12–21.
5. Державна служба статистика України: офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 10.11.2023).

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Концемал А.О.,

*здобувач освітнього ступеня «магістр» за спеціальністю 073 «Менеджмент»,
кафедра менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій
Державний університет «Житомирська політехніка»*

Війна росії проти України негативно впливає як на стан економіки нашої держави в цілому, так і на діяльність і розвиток українського бізнесу зокрема. Так, бізнес України, за підсумками 2022 року, зазнав безпрецедентно великих прямих збитків внаслідок повномасштабного вторгнення, їх обсяг оцінюється у 13 млрд дол.; значна частка із зазначеної суми (орієнтовно 9 млрд дол.) припадає на великий та середній бізнес, щонайменше 109 господарюючих суб'єктів з них зазнали прямих збитків: 19 зруйновано повністю, ще 90 пошкоджені частково. Непрямі збитки підприємницького сектору України за аналогічний період сягнули позначки у 33,1 млрд дол [1].

В таких умовах існуючі стратегії суб'єктів підприємницької діяльності втратили свою ефективність. Існуючі стратегії, у тому числі маркетингові, перестали приносити очікуваний результат, вони перестали бути прогнозованими. Результат застосування стратегій в багатьох випадках може стати негативним для суб'єкта підприємництва.

Основною причиною неефективності стратегій – це фундаментальна зміна зовнішнього середовища, яке обтяжене в Україні введенням воєнного стану. Тому стратегії, які є адаптивними реакціями суб'єкта підприємницької діяльності на виклики зовнішнього

середовища та зорієнтовані на існуюче у минулому зовнішнє середовище неефективні та помилкові.

Підґрунтям будь-яких стратегій бізнесу в сьогоdnішніх умовах є створення нових цінностей для споживача, що дозволить подолати досягнутий рівень споживання.

Сутність підприємницької діяльності – це процес обміну, в якому беруть участь такі елементи:

- ✓ продавець – активний суб'єкт ринку;
- ✓ споживач – пасивний суб'єкт ринку;
- ✓ товар – об'єкт ринку.

Можна запропонувати маркетингову стратегію суб'єкта підприємництва, яка являє собою комбiнування вже існуючих – товарів, продавця та покупця – з використанням комбiнаторики.

Явище комбiнування в маркетингу достатньо поширене, наприклад, коли продається товар зі сервісним обслуговуванням, створюється нова цінність, яка поєднує товар та сервісне обслуговування та відрізняється від цінностей, представлених тільки товаром або тільки сервісом.

Алгоритм комбiнаторного маркетингу наступний:

1. Проводиться комбiнування елементів процесу обміну;
2. Проводиться аналіз нової цінності; №
3. Розробляється спосiб презентації нової цінності.

Тким чином комбiнаторний маркетинг – це створення нової цінності шляхом комбiнування існуючих цінностей та/або елементів процесу обміну.

Таким чином, можна виділити:

пошукові стратегії суб'єкта підприємництва, у тому числі маркетингові, спрямовані на пошук ресурсів, технологій, споживачів тощо для створення нової цінності;

комбiнаторні стратегії суб'єктів підприємництва, які ґрунтуються на комбiнуванні існуючих цінностей та/або елементів процесу обміну для отримання нових цінностей.

Комбiнований маркетинг є способом запобiгання конкуренції на вже існуючих ринках, та є достатньо дієвою стратегією, оскільки передбачає створення нової цінності, де на початковому етапі відсутня конкуренція.

Список використаних джерел:

1. Збитки, завдані українському бізнесу внаслідок російської агресії, оцінюються в \$13 млрд / Kyiv School of Economics, 2023. URL: <https://damaged.in.ua/damage-assessment> (дата звернення: 07.11.2023).
2. Ларіна Я. С. Трансформація методології стратегічного маркетингу в умовах сучасних викликів. *Київський економічний науковий журнал*. 2023. № 1. С. 30-38. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/kecsj_2023_1_6.
3. Мудра М. С. Сучасні технології формування стратегій маркетингового менеджменту підприємств як імператив їх інноваційного розвитку. *Просторовий розвиток*. 2023. Вип. 4. С. 176-185. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/spdev_2023_4_17.

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Корнієнко Т. О.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом

Єременко І. В.,

здобувач вищої освіти

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

В умовах інноваційної економіки успішна діяльність підприємств залежить від вміння та можливості завчасно трансформувати власну модель управління, передбачаючи ймовірні обставини, які можуть виникнути у недалекому майбутньому. Успіх бізнесу обумовлений не інерцією, а здатністю бізнесу до постійних змін основної моделі управління, зокрема, стратегій, відповідно до оточуючих трансформацій.

Така ситуація актуалізує необхідність вивчення питань формування моделі управління розвитком бізнесу в умовах інноваційної економіки задля здійснення ефективної економічної діяльності, підвищення конкурентоспроможності і спонукає національний бізнес до вироблення нових підходів до моделі управління розвитком.

Управління розвитком бізнесу в умовах інноваційної економіки є важливою складовою успішної стратегії підприємства в сучасному світі. Інноваційна економіка визначається постійними змінами, нововведеннями та швидким розвитком технологій. У таких умовах бізнес-лідерам необхідно постійно адаптувати свої стратегії та підходи до управління, щоб забезпечити конкурентоспроможність та стійкість своїх підприємств.

Сучасне підприємство функціонує в зовнішньому середовищі, що постійно змінюється під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів і змушене адаптуватися до мінливого ринкового середовища.

До зовнішніх факторів відносять посилення конкуренції в галузі, розвиток інформаційних технологій, складність адаптації до мінливих політичних і макроекономічних умов, результати науково-технічного прогресу, поява нових форм організації бізнесу та інші.

До внутрішніх факторів відносяться посилення вимог споживачів до якості продукції, скорочення життєвого циклу продукції, поява в галузі нових конкурентів, складність зайняття ніші на ринку, поява нових стратегічних об'єднань. Вплив даних факторів на різних етапах життєвого циклу підприємства проявляється неоднозначно, що потребує побудови ефективної стратегії інноваційного розвитку кожного суб'єкта господарювання [1].

Перш за все, важливо мати чітке бачення майбутнього розвитку бізнесу. Це включає в себе аналіз ринку, визначення потреб споживачів та оцінку конкурентів. Нові можливості часто виникають завдяки впровадженню новітніх технологій, сприяючи покращенню продуктів чи послуг компанії.

Однією з ключових складових управління розвитком бізнесу є також здатність до навчання та самовдосконалення. Керівники підприємств повинні бути відкритими до нових ідей і підходів, постійно вдосконалювати свої навички та набуті знання. Навчання може відбуватися через участь у навчальних програмах, семінарах, конференціях та взаємодію з експертами відповідних галузей.

Окрім того, важливо враховувати соціальні та екологічні аспекти управління розвитком бізнесу в інноваційній економіці. Сучасні споживачі дедалі більше звертають увагу на відповідальність підприємств перед суспільством та навколишнім середовищем. Тому важливо розробляти бізнес-стратегії, які сприяють сталому розвитку, захисту навколишнього середовища та підвищенню якості життя співтовариств.

Для успішного управління розвитком бізнесу в інноваційній економіці важливо стимулювати креативність та інноваційний дух у колективі. Підприємства повинні надавати співробітникам можливість вносити свої ідеї, експериментувати та розвивати нові концепції продуктів чи послуг. Важливо також вести активну співпрацю з вищими навчальними закладами, дослідницькими інститутами та стартапами для обміну знаннями та досвідом.

Ефективне управління ризиками також є ключовим аспектом у контексті інноваційної економіки. Оскільки нові ідеї та технології нерідко несуть із собою загрози невдачі, бізнес-лідерам слід розвивати механізми оцінки та управління цими ризиками. Це може включати в себе ретельний аналіз ринкових тенденцій, попереднє тестування продуктів чи послуг перед випуском на ринок та розробку альтернативних сценаріїв розвитку подій.

Для того, щоб діяльність бізнесу була успішною, необхідно своєчасно враховувати зміни зовнішніх і внутрішніх чинників та рівень їхнього впливу, оперативно реагувати на них управлінськими рішеннями та відповідними діями, раціонально використовувати власні ресурси, а також дуже важливо сформувати ефективну модель управління та впроваджувати управлінські інноваційні рішення [2].

Впровадження інноваційної моделі розвитку на підприємствах України передбачає докорінну перебудову їхньої господарської діяльності на основі новітньої управлінської парадигми, що потребує імплементації до моделі управління розвитком бізнесу новітніх технологій оперативної і превентивної реакції на трансформацію умов функціонування. Високий рівень турбулентності ринкового середовища спонукає бізнес до побудови конкурентних переваг, ґрунтуючись на інноваційних управлінських рішеннях, оскільки традиційні управлінські інструменти не забезпечують вміння адаптовуватись до нових ринкових умов [3, с. 3].

Крім того, управління розвитком бізнесу в інноваційній економіці передбачає також здатність до гнучкості та швидкості реакції на зміни. Підприємства повинні бути готові

швидко перебудовувати свої стратегії, впроваджувати нові технології та здійснювати персональний підхід до клієнтів, щоб задовольняти їхні постійно зростаючі потреби.

У підсумку, управління розвитком бізнесу в умовах інноваційної економіки вимагає від підприємств глибокого розуміння ринкових тенденцій, гнучкості в реагуванні на зміни, стимулювання креативності та інноваційного мислення в колективі, а також ефективного управління ризиками. Лише враховуючи ці аспекти, бізнес може досягти стійкого росту та успіху в умовах сучасної інноваційної економіки.

Список використаних джерел:

1. Корнієнко Т., Подзігун С., Пачева Н. Маркетингова стратегія інноваційного розвитку підприємств. *Економіка та суспільство*. 2023. № 53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-8525>.
2. Святненко В. Ю. Вплив управлінських інновацій на ефективність діяльності організації. *Ефективна економіка*. 2021. № 9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2021/98.pdf
3. Августин Р. Р., Деміків І. О. Управлінські інновації як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Ефективна економіка*. 2020. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7815>

МОЖЛИВОСТІ ЩОДО ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Кравченко Б.О.,

*здобувач освітнього ступеня «бакалавр» за спеціальністю 073 «Менеджмент»,
кафедра менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій
Державний університет «Житомирська політехніка»*

Події, які нині відбуваються в Україні відбиваються на фінансовому стані суб'єктів господарювання. Підприємства, з часом адаптуються до умов середовища існування і можуть покращити свої активи та потенціал, відновити свою платоспроможність та прибутковість за допомогою належного створення та впровадження заходів.

Фінансовий стан підприємства, на створення якого впливає як виробнича, так і фінансово-господарська діяльність, є ключовим аспектом в оцінці діяльності підприємства. Уявлення про фінансове становище складне і різноманітне, що включає багато сфер ділової діяльності. Слід використовувати традиційні методи аналізу, такі як вертикальний, горизонтальний і коефіцієнтний, кожен з яких має переваги та недоліки, постійно оцінювати фінансовий стан компанії як один з найважливіших кроків у процесі управління бізнесом. Основним підходом є метод коефіцієнтів, який використовує низку показників у п'яти категоріях аналізу: стан майна, стабільність фінансової системи, ліквідність, ділова активність, прибутковість та фінансові результати. Усі ці ознаки мають своє тлумачення та повинні відповідати певним вимогам під час дії воєнного стану.

Через бойові дії з 2022-го року багато бізнесів опинилися на межі краху. Тому їм необхідно було якнайшвидше знайти вирішення нових проблем. В основному ці проблеми стосувалися збереження власного бізнесу, підтримки життєздатності працівників та стабілізація фінансового стану тощо.

Основним результатом діяльності підприємства є отримання прибутку та розробка заходів по його нарощенню. Сьогодні загрозами для стабільного нарощування прибутку є як зменшення обсягу реалізації через ускладнення доступних маршрутів транспортування, так і енергетична проблема через постійні ракетні обстріли, що перешкоджає забезпеченню безперебійної роботи елеваторів компанії, зокрема послугам, які вони надають – сушіння, очистку, сепарацію, аналіз тощо. Безпека основних активів, а також доступ до логістичних маршрутів значною мірою залежить від розвитку військових дій. Існує значна невизначеність щодо того, чи можуть активи або маршрути транспортування бути пошкоджені чи недоступні, і, отже, підприємство не зможе здійснювати перевезення між місцями розташування, клієнтами та постачальниками. Це може призвести до додаткових витрат або втрати доходів.

Серед основних пропозицій, що позитивно вплинуть на рівень прибутковості підприємств, можна виділити такі: нарощення обсягів виробництва і реалізації продукції; продаж ненавантаженого устаткування та іншого майна або здача його в оренду; скорочення витрат підприємства тощо. На позитивний чистий фінансовий результат підприємств також впливає величина його витрат. Пропозиції з їх зменшення включають: зниження витрат за рахунок відтермінування великих інвестиційних проєктів і зняття несуттєвих капітальних витрат; підвищення технічного рівня виробництва, що передбачає впровадження нової, прогресивної технології, механізацію та автоматизацію виробничих процесів, покращення використання та застосування нових видів сировини та матеріалів тощо; економне і раціональне використання сировини, матеріалів, палива та електроенергії, шляхом планування та контролю використання працівниками сировини та введення в виробництво енергозберігаючу техніку; суворе дотримання технологічної дисципліни з метою скорочення відходів [1].

В умовах війни підприємства стикнулись з проблемами залучення коштів, що змусило деякі підприємства перейти на самофінансування, відмову від товарних кредитів, що в свою чергу призводить до зростання значень показників цієї групи вище за нормативи. Одним з варіантів виправлення ситуації є отримання пільгових кредитів. Так, за даними Мінфіну за час військових дій за державною програмою «5-7-9» бізнесу в Україні надано понад 57 млрд грн безвідсоткових (на час війни) кредитів [1].

В Україні за сприяння іноземних партнерів та на основі реформування податкового законодавства вже зроблено значні кроки щодо підтримки вітчизняного бізнесу та підприємців. Однак ці ініціативи ще потребують поглиблення та розширення, щоб досягти остаточного відновлення національної економіки, що має бути досягнуто шляхом відродження та розвитку таких секторів, як аграрний бізнес, харчова промисловість, фармацевтика, легка промисловість, торгівля та забезпечення ресурсів. Пошук управлінських

рішень для покращення фінансової ситуації на підприємствах є основною метою перегляду їхнього фінансового стану з метою запобігання банкрутству. Це передбачає швидке виявлення та усунення будь-яких фінансових прогалин і недоліків діяльності.

Таким чином, оцінка фінансового стану зазвичай і в складних умовах війни відбувається за допомогою аналізу показників майнового стану, фінансової стійкості, ліквідності, ділової активності, рентабельності, які мають враховувати особливості становища та умов діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Бігун С. 2023. Особливості аналізу фінансового стану підприємства в воєнному стані. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2023. №4. С. 36–42. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2022-04-36-42>.

ЕФЕКТИВНА КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА-ОСНОВА УСПІШНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Лаврентьєва В.О

студентка 2-го курсу ОС Бакалавр спеціальність менеджмент

Науковий керівник:

Мацука В.М

к.е.н, доцент кафедри менеджменту та фінансів

Маріупольський державний університет

Корпоративна культура виступає одним із важливих аспектів системи управління бізнесом. Вона являє собою систему певних цінностей, ділових принципів, норм поведінки, які склались в організації. Тому й ефективність діяльності підприємства, його інвестиційна привабливість, певною мірою визначається рівнем розвитку корпоративної культури.

Мета корпоративної культури – досягнення високого рівня прибутковості підприємства через вдосконалення системи управління людськими ресурсами. Це досягається шляхом забезпечення лояльності працівників до керівників і менеджерів, а також формування у співробітників позитивного ставлення до підприємства [3].

Для досягнення цієї мети необхідно вирішувати такі завдання: розвивати в персоналі почуття причетності до діяльності організації, сприяти участі персоналу у спільних заходах, підтримувати ініціативи працівників, зміцнювати соціальні відносини, допомагати персоналу в особистому розвитку та ін.

Створення високого рівня корпоративної культури вирішує дві ключові проблеми: встановлення оптимальних зв'язків між підприємством і зовнішнім оточенням та створення стабільної та продуктивної роботи персоналу на основі партнерських відносин.

Корпоративна культура виконує ряд функцій: визначає внутрішнє уявлення про підприємство та формує його цінності; сприяє швидкій адаптації нових працівників і ефективному виконанню роботи; стимулює відповідальність працівників при виконанні

завдань тощо. Здійснюючи ці функції, корпоративна культура впливає на поведінку та мотивацію працівників.

Процес формування корпоративної культури завжди є тривалим і складним, включаючи чотири послідовні етапи:

- Визначення чіткої місії підприємства та базових цінностей.
- Формулювання стандартів поведінки персоналу
- Створення та утримання традицій підприємства
- Розробка символіки підприємства.

Ефективність корпоративної культури визначається базовими цінностями, які отримують інтенсивну підтримку, є чітко визначеними і швидко поширюються серед працівників. Чим більше співробітників поділяє ці цінності, розуміє їх важливість і є прихильниками, тим ефективнішою стає культура.

Процес формування корпоративної культури повинен виховувати у працівників такі якості, як компетентність, ініціативність, адаптивність, робота в команді, саморозвиток, довіра та відповідальність.

Саме такі цінності забезпечують якісну трудову діяльність кожного працівника на підприємстві, що є запорукою ефективної діяльності. Наявність корпоративної культури забезпечує розвиток підприємства, а також відкриває нові можливості реалізації людського потенціалу працівників.

Сучасні підприємства вважають корпоративну культуру найсильнішим мотиваційним фактором. Управління підприємством вимагає високого рівня корпоративної культури з боку керівника, яка включає в себе інтелігентність, самовладдя, витримку, врівноваженість, стриманість, відповідальність, обов'язок, піклування про загальні інтереси, скромність, вміння слухати, уважність, чутливість, людяність.

Для стабільного розвитку й підвищення ефективності підприємства, керівники повинні систематично формувати та вдосконалювати корпоративну культуру. [7]

Вона є ключовим фактором для досягнення успіху, сприяючи зближенню інтересів керівництва та персоналу. Високий рівень корпоративної культури підвищує конкурентоспроможність підприємства на внутрішніх і зовнішніх ринках.[7]

Список використаних джерел:

1. SMIHUNOVA O. THE ROLE OF CORPORATE CULTURE IN THE SUCCESSFUL DEVELOPMENT SYSTEM OF PERSONNEL MANAGEMENT OF ENTERPRISES. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences. 2022. Vol. 310, no. 5(1). P. 37–42. URL: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-310-5\(1\)-6](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-310-5(1)-6) (date of access: 20.11.2023).
2. Sydorko I. Formation of positive corporate culture of organization. Measuring Equipment and Metrology. 2017. Vol. 78. P. 118–123. URL: <https://doi.org/10.23939/istcmtm2017.78.118> (date of access: 20.11.2023).
3. Зеліч В.В. ROLE AND PLACE OF BUSINESS CULTURE AND ITS IMPACT ON DEVELOPMENT OF ENTERPRISE. Світове господарство і міжнародні економічні відносини. 2017. No. 6. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/6_2017_ukr/6.pdf (date of access: 20.11.2023).

4. Коротка В. Д. Корпоративна культура як інструмент ефективного управління розвитком підприємства : thesis.2016.URL: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/handle/123456789/4486> (дата звернення: 20.11.2023).
5. Харун О.А. УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ. 2018. Т. 44, № 1-2. URL: http://business.navigators.ua/journals/2018/44_2_2018/02.pdf (дата звернення: 20.11.2023).
6. Л. В. Сікорська, О. Й. Лесько. Формування корпоративної культури підприємства. URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/27863/7016.pdf?sequence=3&isAllowed=y> (дата звернення: 20.11.2023).
7. М.М Волосатова, Т.О Біляк. КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ. С. 1–2. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/06/77-1.pdf> (дата звернення: 20.11.2023).
8. Шевченко В.С. WAYSTOIMPROVECORPORATECULTURE. URL: <http://global-national.in.ua/archive/16-2017/103.pdf> (date of access: 20.11.2023).

ЕКОЛОГІЧНЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ БРЕНДУ В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА

Ленард В.В.,

студент кафедри менеджменту і маркетингу

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Актуальність теми. Для вдалого підвищення конкурентоспроможності міст, областей і регіонів, незалежно від їх особливостей, необхідне правильне позиціонування [2]. Гігієна бренду, значним чином, впливає на стратегічне позиціонування [3]. Чи являється креативний маркетинг кращою альтернативою креативної реклами [4].

Постановка проблеми. На сучасному етапі людства дуже важливо створювати фіолетовий продукт, тобто такий, який відрізняється від інших.

Результати і обговорення. Брендінг — це створення індивідуального образу тієї чи іншої території. Щоб створити оригінальний імідж, потрібно використовувати всі особливості території (природу, інфраструктуру, торгівлю, населення та туризм). Цільова аудиторія — це важлива складова брендінгу, тому важливо приділити увагу як внутрішній (населенню), так і зовнішній (туристам), адже ці дві групи взаємопов'язані, а комплексний підхід дасть кращий результат і сформує хороший імідж території [2]. Гігієна бренду повинна регулювати процеси у компанії, що впливають на успішність та відношення аудиторії [3]. Креативний маркетинг, на відміну від креативної реклами, передбачає ретельне опрацювання ринкової ситуації. Адже креативна реклама може бути менш ефективною, ніж стандартне рекламно-інформаційне повідомлення.

Переваги та недоліки бренду потрібно розглядати об'єктивно. Переваги слід використовувати як конкурентні переваги, але не забувати, що вони також можуть бути змінені або позбавлені значення через зміну ситуації на ринку або конкурентну активність. Недоліки бренду не слід приховувати, але вони можуть стати інструментом для подальшого вдосконалення продукту чи послуги. Важливо постійно вдосконалювати бренд, враховуючи слабкі сторони, адже це допоможе покращити сприйняття бренду серед клієнтів та

підвищити його конкурентоспроможність. Аналіз реалій ринку та аудиторії також є важливою частиною стратегії бренду.

Креативний маркетинг користується загальною любов'ю і спрямований на «Вау-ефект», що дає йому великий потенціал. Але більшість компаній відмовляються від такого маркетингу з наступних причин: складність у створенні та проведенні, великі ризики, затратність [4]. Нові умови ринку диктують жорстокі правила, тому компаніям треба пристосуватися або покинути ринок [5]. Мета публікацій. Характеристика вагомості брендингу на успішність території, зокрема серед туристів та місцевих жителів [2]. Надання порад, що спрямовані на покращення здоров'я компанії [3]. Пояснення терміну «креативний маркетинг» та роз'яснення, чому реклама являється складовою креативного маркетингу [4]. Зображення теперішніх подій та опис важливості підтримки комунікації [5].

Висновки. Отже, діяльність бренду завжди має враховувати свої переваги та недоліки, а також пристосовуватись під реалії ринку та аудиторію. Бренд, незалежно від своєї історії і позиціонування, повинен постійно адаптуватися до змін на ринку та вимог аудиторії. Це особливо важливо в умовах швидко змінюючих бізнес-середовища.

Підприємство повинно розуміти, які зміни відбуваються в індустрії, які тенденції актуальні для аудиторії, і вчасно реагувати на ці зміни. При цьому важливо не лише адаптувати свої продукти чи послуги під нові умови, але і комунікувати ці зміни клієнтам, щоб зберегти їхню лояльність та віру в бренд. Узгоджена стратегія, що враховує переваги, недоліки, реалії ринку та потреби аудиторії, допомагає бренду залишатися актуальним та конкурентоспроможними у сучасному бізнес-середовищі.

Список використаних джерел:

1. Громова О. Є. Стратегічне управління конкурентоздатністю підприємства: маркетингові аспекти формування : монографія. Хмельницький : ХНУ, 2020. 350 с.
2. Гурджян К.В. Сутність та типи лояльності споживачів. Економіка розвитку. 2015. № 2(74). С. 78–86. URL: http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/eu152_74/e152hur.pdf (дата звернення: 30.09.2022).
3. Струтинська І.В. Бренд-менеджмент: теорія і практика: навч. посіб. Тернопіль, ВИДАННЯ, 2015. 204 с.
4. Ковалик Д. В., Щербак В. Г. HR-бренд: сутність та стан в Україні. Підприємницькі ініціативи: матеріали.
5. Булкакова О.В. Бренд-імідж підприємства на споживчому ринку. Науковий вісник Ужгородського національного університету, 2017. Вип. 13. Ч.1. С. 31-36.

МАРКЕТИНГОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Лисий І.О.,

*Здобувач (другого) магістерського рівня, кафедри менеджменту і маркетингу
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника*

Дедерчук В. А.,

*Здобувач (другого) магістерського рівня, кафедри менеджменту і маркетингу
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника*

Люк С. П.,

*Здобувач (другого) магістерського рівня, кафедри менеджменту і маркетингу
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника*

Туризм був одним із секторів економіки, який найбільше постраждав під час пандемії COVID-19, оскільки карантинні обмеження призвели до закриття аеропортів і готелів по всьому світу та зниження попиту на послуги туристичних агентств. Щойно туристична галузь оговталася від коронавірусу і почала налагоджувати продажі туристичних продуктів, в'їзний та виїзний туризм, як повномасштабне вторгнення в Україну знову завдало важкого удару по туристичному бізнесу.

До війни в Україні налічувалося близько 3700 туристичних агентств, від місцевих, що спеціалізувалися на внутрішньому туризмі, до лідерів ринку, які продавали сотні різноманітних закордонних турів. Наразі лише 800 з цих туристичних агентств працюють і пропонують послуги [3]. Більшість з них припинили свою діяльність через відсутність попиту на відпочинок у перший рік повномасштабного вторгнення, однак через загальну кризу та економічну нестабільність, а також постійні ракетні обстріли з боку терористичних держав. Хоча раніше існували прямі рейси з великих українських міст, тепер потрібно долати довгі автобусні та залізничні подорожі до іноземних аеропортів.

Бойові дії в Україні здійснили вплив не лише на туризм на українському ринку, а й на ситуацію в Європі в цілому. Так, повномасштабне здійснило значне підвищення цін на нафту та логістичні послуги, а також призвело до невизначеності європейського споживача. Це у перші півроку великої війни призвело до перебоїв у подорожах всією Східною Європою. Так, за даними Всесвітньої туристичної організації, кількість авіарейсів через війну в Україні впала найбільше у таких країнах: Молдова (-69 %), Словенія (-42 %), Латвія (-38 %), Фінляндія (-36 %), Чехія (-35 %). Потенційні втрати світової туристичної економіки від війни оцінили у 14 млрд. доларів [1, С. 127].

Водночас в Україні надходження від галузі до держбюджету скоротилися у 2022 р. на понад 30 %. За даними Державного агентства розвитку туризму, приріст надходжень на 46 % був лише від діяльності пансіонатів та гуртожитків. Це пов'язано з тим, що у 2022 р. їх використовували як тимчасовий захист для переселенців, які змушені були покинути свої домівки через бойові дії. У 2023 р. ситуація не стала кращою. У середньому галузь

скоротилася на третину у порівнянні до початку 2022 р.: на 29 % менше було сплачено податків за перші 3 місяці 2023 р., а також на 34 % зменшилась кількість компаній у туристичній галузі [3].

Маркетинг-одна з послуг у туристичній індустрії, що зростає. Дійсно, маркетинг зачіпає інтереси кожної людини та організації на кожному ринку. Туристичний маркетинг у міжнародній сфері залишається на низькому рівні використання у просуванні туристичних продуктів у порівнянні з іншими сферами, де активно застосовуються всі маркетингові методи та підходи, незважаючи на те, що туризм є популярним способом відпочинку вже більше десяти років. Крім того, низьким залишається рівень використання у просуванні туристичних послуг.

Трендами на туристичному ринку є:

1. Моментний маркетинг. Пряма трансляція події є шляхом до маркетингу в реальному часі або моменту, коли клієнти фактично відвідують місця призначення. Міжканальні стратегії для кількох пристроїв, продаж продуктів для повторного бізнесу.

2. Контекстний маркетинг. Клієнти хочуть бути прозорими та знати, що компанія робить для їх безпеки. Фірма може демонструвати свою підтримку місцевих компаній, поділившись рішеннями, створеними партнерами.

3. Інтерактивний маркетинг. Включення інтерактивного або динамічного вмісту на веб-сайт є чудовою тактикою для покращення онлайн-впливу. Туристичний маркетинг передбачає створення досвіду для клієнтів, який спонукає до дії. При позитивному сценарії цієї дії буде бронювання та повернення до фірми та її компаній-партнерів.

Найкращий інтерактивний маркетинг використовує ретаргетинг, який заохочує пряме бронювання. Оплачувані пошукові оголошення та підказки на екрані від однієї платформи до іншої базуються на поведінці користувачів. Подібні функції допомагають задовольнити інтерес нинішнього покоління до персоналізації, одночасно збільшуючи можливості пошуку потенційних клієнтів для вас і ваших B2B партнерств.

4. Оскільки люди проводять більше часу за своїми мобільними пристроями, ніж будь-коли, онлайн-бронювання продовжуватиме стрімко зростати. Якщо добре налаштувати систему онлайн-бронювання, можливо, буде простіше переконати мандрівників вибрати компанію. Сучасні мандрівники почали очікувати переваг і зручностей, які приносить всесвітня мережа – від пошуку подорожей до онлайн-бронювання. Оскільки все більше мандрівників вирішують бронювати онлайн, фірмі, як постачальнику туристичних послуг, потрібна присутність в Інтернеті. Це призведе до кращого позиціонування в Інтернеті, що дозволить залучити покупців, які продовжать.

5. «Споживачі в середньому витрачають близько 323 хвилин на тиждень на перегляд відео контенту, і це тільки на мобільних телефонах». У туристичній індустрії відео вже

давно є потужним маркетинговим інструментом. Вони демонструють напрямки та готельний бізнес у повній красі. У 2023 році фірми наполегливо заохочують туристичних маркетологів розвиватися у сфері створення відео — і це не означає, що потрібно інвестувати у високобюджетне виробництво.

Знову ж таки, відеоролики «Зроби сам» приваблюють мандрівників, які шукають автентичний, нефільтрований погляд на напрямки, які вони досліджують. Час ідеально відредагованих відеозаписів давно минув – сьогодні мандрівники більше схильні дивитися відео, які демонструють справжні, реальні та правдоподібні враження.

Сьогодні в Україні існуючий туристичний бізнес окреслює певні тенденції:

- зростає попит на лікувально-оздоровчий відпочинок у санаторіях та подібних закладах розміщення, де можна відновити мир якомога далі від вибухів та авіанальотів, а також переміщення внутрішнього туризму у безпечніші західні регіони України;

- зростають запити на індивідуальний та сімейний відпочинок, тоді як популярність групових турів знижується;

- під час повномасштабних бойових дій завчасне планування та бронювання неможливе, тому тури здебільшого бронюють в останню хвилину, тобто "на завтра";

- туристичний ринок стає все більш монополізованим, зокрема, значно зростають ціни на тури до екзотичних країн;

- сильна недовіра до туроператорів через велику кількість турів, скасованих або заморожених туроператорами в перші дні війни, і нездатність повернути туристам кошти повністю або частково;

- збільшення частки продажів пакетних турів за системою "все включено".

Таким чином, туризм в Україні в умовах воєнного стану зазнає глобальних і дуже серйозних змін, включаючи зміну туристичних уподобань, зміну причин для подорожей і зміну клієнтури, що докорінно змінює всю галузь. Однак сам факт того, що туризм все ще життєздатний, дає надію всій українській туристичній спільноті. Власники нерухомості, готельєри та підприємці, що надають супутні послуги, готові змінювати свою філософію і підходи та адаптуватися до нових реалій і запитів туристів.

Список використаних джерел:

1. Зарубіна А., Онойко, Ю. Щербатюк Н. Сучасні тенденції розвитку внутрішнього туризму. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. С 124-132.
2. Чубрей О. С., Зарубіна А. В., Голубець І. М. Ринок туризму: пандемічні проблеми та новітні перспективи. *Наукові перспективи*. 2022. № 1 (19). DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-1\(19\)-391-403](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-1(19)-391-403).
3. Державне агентство розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 27.11.2023).

РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ КРИЗИ

Ляшенко В.В.,

доцент кафедри підприємництва, управління та адміністрування

Відокремлений структурний підрозділ ЗВО «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна» Миколаївський інститут розвитку людини

Мале підприємництво виконує важливі функції в країні, серед яких задоволення потреб суспільства, створення робочих місць, наповнення бюджетів усіх рівнів, створення середнього класу як основи ринкової економіки.

Стабільний розвиток малого бізнесу здатний забезпечити підвищення економічної ефективності країни, сконцентрувати фінансові та виробничі ресурси населення, реалізувати потенціал держави та завершити структурні перетворення економіки. Це в свою чергу забезпечить умови для розвитку малого бізнесу при стратегічному управлінні змінами на підприємствах. Таким чином, досліджувана проблема є своєчасною та актуальною.

Загально відомо, що малий бізнес - це ініціативна економічна діяльність, здійснювана за рахунок власних і позикових коштів, на свій ризик та власну відповідальність, що має на меті отримання прибутку та розвиток бізнесу.

Мале підприємництво - це самостійна, на власний ризик та під власну матеріальну відповідальність ініціативна діяльність, що характеризується прагненням до інноваційних змін, має незначні обсяги виробництва та трудові ресурси, яка орієнтується на потреби споживачів, за мету має отримання максимального прибутку при мінімальних витратах [1, с. 172].

Сутність стратегічного управління полягає у реалізації довгострокових планів, що відображають кінцевий результат та шляхи його досягнення, передбачає створення та розвиток певної економічної моделі, яка залежить від зовнішніх і внутрішніх факторів.

Економічна сутність стратегічного управління полягає у реалізації стратегії, що має дві функції:

- визначення цільової настанови, перспективних напрямків і траєкторії руху даного суб'єкта у часі і просторі;
- створення динамічної моделі доцільної, системної діяльності людей, що враховує вплив факторів зовнішнього і внутрішнього середовища.

Стратегічне управління малого підприємництва - це процес розробки місії, найважливіших цілей і потенціалу малого бізнесу та способів їх досягнення з метою забезпечення розвитку в нестабільному зовнішньому середовищі.

За В. Герасимчуком, стратегічне управління ґрунтується на вивченні змін у зовнішньому середовищі організації. Однак цей підхід не зводиться до сприйняття оточення

як фактора, що обмежує процес організаційного планування, але припускає встановлення ясно визначених цілей та розробку шляхів їх досягнення на основі використання сильних сторін організації та сприятливих можливостей середовища, і так само компенсації слабких сторін і методів запобігання загроз [1].

Механізм стратегічного управління ефективністю включає аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів бізнесу, вибір основних факторів, розробку та реалізацію заходів щодо виконання цілей підприємства.

Вдосконалення стратегічного управління малого бізнесу найкраще реалізується за допомогою стратегії інноваційного розвитку, що є її стрижньовою компетенцією та готова до змін, які можуть бути викликані розвитком ринку або зміною цільових орієнтирів малого підприємства.

Кожне мале підприємство може обирати такі загально відомі стратегії як традиційна; імітаційна; наступальна (агресивна); оборонна (захисна); опортуністична; залежна; змішана.

В сьогоденнішніх кризових умовах, невизначеності, війни, більшості малих підприємств доводиться вирішувати питання виживання, що суттєво впливає на стан управління підприємством малого бізнесу, його діяльність в галузі менеджменту та маркетингу.

Суттєвою проблемою у підприємств малого бізнесу виникає у стримані вже існуючих партнерів, пошуку нових партнерів та випуску нових продуктів. Вирішувати дані проблеми малого підприємства дозволяє заздалегідь розроблений стратегічний алгоритм та етапи реалізації такого алгоритму. Даний алгоритм повинен складатись із взаємопов'язаних завдань: розробки стратегічного бачення; постановки цілей; безпосередньо розробки стратегії; втілення та реалізація стратегії; оцінки діяльності, відстеження середовища, внесення коригувань. Не зважаючи на існуючі кризові явища, сучасному бізнесу потрібно шукати нові шляхи розвитку, допомогою буде реалізація механізму стратегічного управління.

Список використаних джерел:

1. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2000. 360 с.
2. Ляшенко В. Малий бізнес та підприємництво в Україні: концептуальні підходи. *Збірник наукових праць Миколаївського міжрегіонального інституту розвитку людини закладу вищої освіти «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»*. Серія: Економічні науки. / За заг. ред. А.М. Старєвої. Випуск V. Миколаїв: ММІРЛ ЗВО Університету «Україна», 2021. С. 166-173.

УПРАВЛІННЯ РЕГІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ*Македон П. М.**аспірант**Стефінін В.В.,**к.е.н., доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки***Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника**

Регіональний розвиток є багатовимірним явищем, що стосується як економічної, так і соціальної та екологічної сфер і відбувається в певному просторовому масштабі. Його складність додатково визначається множинністю цілей, яким він має слугувати, різноманітністю видів діяльності, що його формують, а також відносинами, в яких регіон перебуває з навколишнім середовищем, в якому він функціонує. У літературі на цю тему найчастіше пропонуються два підходи: регіональний розвиток як стійке підвищення рівня життя мешканців та економічного потенціалу великої територіальної одиниці, і регіональний розвиток як спосіб підходу до розвитку, що означає певні установки і поведінку, готовність до участі громадян у соціально-економічних процесах, що відбуваються на їхній території, із залученням усієї регіональної спільноти.

Специфіка регіонального розвитку, що дозволяє виділити його із загальної теорії економічного розвитку, визначається простором, в якому відбувається процес розвитку, висхідним характером динаміки цього розвитку і спрямованістю на задоволення потреб відносно однорідної групи, що становить регіональну спільноту [5].

У зв'язку з дедалі виразнішими диспропорціями в рівні та темпах регіонального розвитку інтерес становлять чинники, що формують цей процес, а також суб'єкти, які беруть участь у його створенні, та інструменти, які вони використовують. Аналіз літератури з цієї тематики дозволяє виокремити щонайменше кілька типів класифікації факторів регіонального розвитку: поділ за класичними факторами виробництва: земля, капітал та праця; поділ за сферою впливу: економічні, екологічні, просторові, локальні та соціальні; поділ за походженням чинника: ендегенні (внутрішні для регіону) та екзогенні (зовнішні, незалежні від потенціалу, представленого регіоном); розмежування з точки зору потенціалу регіону стати конкурентоспроможним: кількісні (наявність природних ресурсів, робочої сили, інфраструктури громадського транспорту тощо) та якісні (якість інтелектуального та соціального капіталу в регіоні, надійна та швидка технічна інфраструктура, науково-дослідна база, доброзичливі та ефективні органи державної влади, інфраструктура підтримки бізнесу, умови життя тощо).

Регіональний розвиток - це процес бажаних кількісних та якісних змін, що відбуваються в певній соціально-економічно-просторовій системі, зумовлений дією певних чинників. Свідомі дії, спрямовані на те, щоб викликати ці зміни, тобто формувати цей

розвиток, становлять управління регіональним розвитком. В рамках управління регіональним розвитком органи публічної влади (державні та самоврядні) впливають на суб'єктів, що діють у даному регіоні та його оточенні, за допомогою різного роду правових, економічних, інституційних та інформаційно-пропагандистських інструментів, заохочуючи їх до певної поведінки, бажаної з точки зору впливу на регіональний розвиток.

Сучасне управління регіональним розвитком дедалі більше спирається на досягнення бізнес-менеджменту (за змістом і методологією). Органи публічної влади (насамперед органи регіонального самоврядування) перестають бути простими адміністраторами підвідомчого їм простору, що надають конкретні публічні послуги регіональній громаді, а виконують роль організатора та координатора діяльності з соціально-економічного розвитку регіону.

Останні два десятиліття стали періодом інтенсивних змін у європейській моделі місцевого самоврядування. П. Сваневич вказує на три виміри цих змін: економічний, політичний та управлінський [3]. Ще на початку XX століття управління регіональним розвитком - як його визначали раніше - не було сферою інтересів місцевої влади. Вони зосереджувалися переважно на адмініструванні органів місцевого самоврядування, тобто на управлінні повсякденними справами та бюрократичному виконанні завдань, визначених відповідними нормативно-правовими актами, підлеглими їм чиновниками. Канцелярська структура характеризувалася сильною ієрархізацією, професіоналізмом і систематичністю дій. По суті, вона діяла за принципом "партії" та "справи", де панували безособові правила. Вона не визнавала цінності суб'єктності місцевих і регіональних громад, які спільно створювали органи місцевого самоврядування. Провідна ідея полягала в тому, щоб забезпечити ефективне виконання виконавчих функцій держави відповідно до чинних правил і процедур, ігноруючи при цьому питання визначення та задоволення потреб членів територіальних громад, що входять до складу органів місцевого самоврядування.

Такий підхід був близьким до концепції адміністративного менеджменту. Проте вже її автор, Г. Файоль, звертав увагу на необізнаність чиновників у сфері управління, рутинність і поставлення особистих інтересів вище за загальне благо. Більше того, він вказував на небажання чиновників обходити офіційний шлях навіть у термінових і незначних справах, побоюючись понести відповідальність [1].

Соціально-економічні трансформації 20-го століття виявили й інші слабкі сторони державного управління в його традиційному розумінні. Перш за все, всупереч початковим намірам, аполітичність і професіоналізм посадових осіб державного управління, в тому числі посадових осіб місцевого самоврядування, часто поступалися місцем практиці заповнення офіційних посад службовцями з політичних "подачок". Крім того, роздуті та ієрархічні структури адміністрації, забезпечені численними процедурами та інструкціями до дій, виявилися занадто "неповороткими" і непристосованими до функціонування в новій

реальності в умовах зростаючого темпу змін і необхідності гнучкого реагування на них. Нарешті, в рамках концепції традиційного державного управління органи влади на місцевому та регіональному рівнях не могли ефективно перебрати на себе відповідальність за створення умов для економічного розвитку, що є природним наслідком розширеної децентралізації публічної влади.

Зіткнувшись з недоліками адміністрування у веберовській моделі, в середині 20-го століття в таких країнах, як Великобританія, Австралія, Нова Зеландія та США, з'явилася концепція нового публічного менеджменту: Новий публічний менеджмент (НПМ). Це пропозиція щодо управління державними установами, включаючи органи місцевого самоврядування, із застосуванням інструментарію, який раніше використовувався в секторі господарюючих суб'єктів. Він використовує ринкові механізми для стимулювання розвитку. Основними рисами нового публічного менеджменту є: конкуренція, якість, цінність (з точки зору корисності) та стратегічна орієнтація [2].

У новій концепції роль державного управління була переосмислена. З суб'єкта, орієнтованого на виконання процедур при виконанні суворо визначених законом державних завдань, він отримав статус співучасника у підвищенні якості життя місцевих та регіональних громад. Це означає зміну дотеперішньої оптики оцінювання рівня ефективності діяльності публічної адміністрації, а також пріоритетів і масштабів цієї діяльності.

Стандарти діяльності органів влади та публічного управління в концепції НПМ стосуються, насамперед, застосування принципів, методів, способів та обсягів діяльності: застосування принципів, методів та інструментів професійного (управлінського) менеджменту; чітке визначення показників ефективності та результативності здійснюваної діяльності та контроль отриманих результатів і підсумків; розукрупнення підрозділів публічного сектору, їх спеціалізація та фінансова незалежність, а також співпраця з приватним сектором для виконання певних завдань; запровадження конкуренції в державному секторі; підвищення економії за рахунок посилення дисципліни та ощадливості у використанні ресурсів.

У нових концепціях публічного управління, одним з базових вимірів якого є управління регіональним розвитком, основна увага приділяється стратегічній орієнтації цього управління, зростанню соціальної участі та стратегічного лідерства, співпраці та діалогу - як всередині організацій, так і між організаціями та між секторами, а також підвищенню важливості соціальних питань у політиці розвитку, що розробляється органами влади. Роль місцевої влади змінюється: з постачальника базових публічних послуг (переважно адміністративних) вона перетворюється на господаря територіальної одиниці, який дбає про її розвиток. Органи влади отримують нові інструменти, в тому числі залучення

місцевих та регіональних громад до процесів прийняття рішень, що впливають на регіональний розвиток.

В управлінні регіональним розвитком переважає використання ендогенних механізмів та механізмів, що базуються на ринкових регуляторах. Управління регіональним розвитком у нових теоретичних концепціях спирається на досвід неоліберальної моделі, згідно з якою: структурна політика не передбачає жодної концепції бажаної відомчої та галузевої структури, а натомість покликана сприяти структурним змінам в економіці, які забезпечують її міжнародну конкурентоспроможність; переважають регіональні та горизонтальні (партнерські) програми; за регіонами та їх місцевими органами влади закріплені залишкові повноваження щодо регіонального розвитку; визнається автономія національної політики просторового планування та політики регіонального розвитку. У всіх вищезазначених нових концепціях публічного управління спостерігається підвищення важливості соціальних питань у публічній політиці, що реалізується органами влади, та сприяння участі громадськості в управлінні. Звертається увага на роль зацікавлених сторін у створенні розвитку територіальної одиниці, а також на складність задоволення їхніх особливих, різноманітних потреб, не забуваючи при цьому про загальні інтереси.

Регіональний розвиток є складним соціально-економічним процесом. Управління цим розвитком є викликом, з яким стикаються органи публічної влади: як самоврядні - їх завданням є створення розвитку регіону, який вони представляють, так і центральні (урядові) - які відповідають за вирівнювання диспропорцій розвитку між регіонами в національному масштабі.

Цивілізаційні трансформації останніх десятиліть визначили нові масштаби та способи управління регіональним розвитком. По-перше, глобалізація соціально-економічних процесів та інтеграція Польщі до Європейського Союзу змушують вживати заходів, які дозволяють регіонам конкурувати та будувати свою конкурентну позицію в ширшому територіальному масштабі. По-друге, конкурентоспроможність економік - місцевої, регіональної та національної - визначається так званими новими факторами, до яких належать: якість людського та інтелектуального капіталу, соціальний капітал, сучасні технології, інноваційність тощо, а також якість економіки. Набуття їх вимагає від місцевої влади все більшої активності у підтримці підприємництва, співпраці з бізнесом та інституціями підтримки бізнесу, науково-дослідними установами та навчальними закладами. По-третє, регіони борються з наслідками культурних і цивілізаційних змін, таких як споживацтво, зникнення місцевої ідентичності та старіння населення. Для подолання цих проблем необхідні нові державні політики, сприятливі для розвитку, наприклад, розбудова регіональної ідентичності, професійна активізація людей похилого віку для запобігання виникненню розриву між поколіннями, політика, дружня до сім'ї, тощо.

Управління регіональним розвитком сьогодні вимагає: нової якості публічної влади з новим баченням своєї ролі в регіоні; нового адміністрування, орієнтованого на створення суспільних цінностей; співпраці та партнерства між державними та приватними суб'єктами; залучення регіональної громади до процесів прийняття рішень щодо розвитку; відкритість до нових інструментів розвитку - як з боку органів влади та управління, так і з боку регіональної громади та інших регіональних стейкхолдерів; турбота про соціальний вимір розвитку, який є основою ефективності та результативності розвитку в економічному та екологічному вимірах.

Список використаних джерел:

1. Fayol H., *Administracja przemysłowa i ogólna oraz nauka o administracji w zastosowaniu do państwa*, WINOiK, Księgarnia Wł. Wilak, Poznań 1947.
2. Hood Ch., *A Public Management for all seasons*, "Public Administration" 1999, vol. 69.
3. Swianiewicz P., *Nowe interpretacje teoretyczne polityki miejskiej*, „Studia Regionalne i Lokalne” Nr 4(22)/2005.
4. Woś B., *Rozwój regionów i polityka regionalna w Unii Europejskiej oraz w Polsce*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej, Wrocław 2005.
5. Монастирський Г.Л., Волосяк М. Диверсифікація державної політики управління місцевим економічним розвитком. Проблеми системного підходу в економіці. 2022. Вип. 2. С. 22-29. (фахове видання). URL: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2022-2-3>

ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ЗДІЙСНЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Михайлів Г.В.

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту і маркетингу

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Протягом тривалого часу управління персоналом теоретиками і практиками було виділено в самостійні напрями управління, що складаються з окремих моделей, методів, прийомів і принципів.

Дослідники зазначають, що еволюція управління персоналом збігається з розвитком суспільства в цілому. У 70-80-х роках 20 століття в системі управління персоналом з'явилися нові напрямки діяльності, передусім планування та розвиток особистої кар'єри працівників, її поступова інтеграція в процес управління підприємством, внутрішні комунікації. Створено відділ кадрів на підприємствах країн Західної Європи та Америки, відділ кадрів. У другій половині 20 століття набула популярності концепція «промислової демократії», яка сприяла підтримці неконфліктних ситуацій у робочій групі. У 1980-1990-х роках був розроблений новий підхід до управління персоналом, який заклав основи командного менеджменту.

Потужний кадровий потенціал є запорукою успішної діяльності будь-якого суб'єкта господарювання. Історично управління персоналом досліджується в науці, деякі з яких мають наслідки для виробництва, комерційної та некомерційної діяльності. Як самостійна наука з власним методологічним інструментарієм менеджмент персоналу отримав розвиток у 60-70-х роках 20 століття. Саме в цей час у США, а потім і в провідних університетах

більшості країн Західної Європи почали створюватися, зокрема, кафедри кадрової орієнтації. У контексті окремих управлінських наук кінця XIX – поч. 20 століття.

Для цього суспільне виробництво орієнтується не лише на його матеріальні елементи, а й на особистість, а також на розвиток інтелектуальних здібностей, творчих ідей, культури мислення, комунікативних навичок, формування матеріальної та духовної бази. Для його всебічного і повного розвитку [1: 106-107].

Вітчизняна практика видається змішаною моделлю американського та японського підходів, проте зі своїм присмаком байдужості до організації роботи з найманими працівниками – норми трудового права дотримуються, однак, не звертаючи уваги на вимоги до створення та розвитку кадрового потенціалу. Незважаючи на такі практичні спостереження, більшість дослідників вважають, що в сучасних умовах роль індивідів в організації принципово змінилася. Одна людина є не тільки найважливішим елементом виробничого процесу, а й головним стратегічним ресурсом організації [2].

На рис. 1.1 Узагальнено елементи системи управління персоналом організації.



Рис. 1.1 – Елементи системи управління персоналом організації

Тому процес управління персоналом слід починати з конкретизації цілей управління персоналом. На рисунку 1.1 така мета запропонована в загальному вигляді, при цьому в

залежності від етапу життєвого циклу організації вона може зазнавати коригування. Від затверджених і поширених на підприємстві кадрових принципів залежать принципи і методи управління персоналом. Однак їх набори більш-менш універсальні, можуть існувати відмінності в діяльності використання окремих підходів.

Історично склалося три основних приклади практики управління персоналом:

1) Керівник персоналу є опікуном усіх працівників і піклується про належні умови праці та сприятливе психічне середовище в робочій силі. Ця закономірність виникла з ідей суспільних реформ кінця 19 - початку 20 ст. І знаходять свою сучасність у багатьох варіаціях вчення про людські відносини в контексті управління персоналом. Статус менеджерів по персоналу в компаніях за цією моделлю низький: більшість із них просто клерки зі ступенем соціолога чи психолога та допомагають лінійним керівникам у впровадженні ефективної кадрової політики. Ефективність підприємства по відношенню до працівників;

2) Менеджери з персоналу спеціалізуються на укладенні трудових договорів (контрактів), у тому числі колективних. У великих компаніях, які споживають велику кількість трудових ресурсів низького кваліфікаційного рівня, його роль полягає у здійсненні адміністративного контролю за неухильним дотриманням працівниками норм трудових договорів, обліку рухів, які використовуються для трудової діяльності. Положення трудових відносин у переговорному процесі з профспілками. Професійне виконання цих та інших функцій потребує, як правило, відповідної юридичної підготовки, що забезпечує керівнику високе становище в колективі підприємства.

3) Менеджери з персоналу є «архітекторами» кадрового потенціалу суб'єкта господарювання, які відіграють важливу роль у розробці та реалізації довгострокової кадрової стратегії підприємства. Його основна місія – забезпечення організаційної та професійної спроможності всіх складових кадрового потенціалу компанії та високого рівня її кваліфікації. Він є одним із топ-менеджменту підприємства та має професійну підготовку з менеджменту, наприклад управління людськими ресурсами [3].

Сучасні науковці та дослідники з питань управління персоналом стверджують, що місцевим підприємствам необхідно розвивати індивідуально-орієнтований підхід до управління персоналом, ключовим елементом якого є оцінка та врахування індивідуальних характеристик працівника. Впроваджувати діагностичні методи, інструменти та процедури для кращого розуміння співробітників внутрішній емоційний стан, поточні можливості та потенційні співробітники. Лише маючи правильну інформацію, менеджери можуть спланувати та реалізувати процес розвитку персоналу, необхідний для ефективної роботи [4].

Список використаних джерел:

1. Космина Ю.М. Управління поведінкою персоналу підприємства на засадах корпоративної культури : дис. канд. ек. наук : 08.00.04. Львів, 2016, 200 с.

2. Дяків О.П., Островерхов В.М. Управління персоналом : навчально-методичний посібник (видання друге, переробл. і доповнено). – Тернопіль : ТНЕУ, 2018. – 288 с.
3. Людський потенціал як чинник соціально-економічного розвитку України : монографія / Захарченко, Л.А., Топалова І.А., Захарченко Є.М. ; Міжрегіональна академія управління персоналом, Одеський інститут. - Одеса : ІПРЕЕД НАНУ, 2019. – 156 с
4. Нужна О.А. Стиль керівництва як основа комунікацій керівника з колективом/ О.А. Нужна // Системи забезпечення управління підприємством: сучасний стан та перспективи розвитку : Збірник наукових праць – Харків ХІБМ - 2016: – С. 296 -303

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ОСНОВІ УДОСКОНАЛЕННЯ СТАНДАРТІВ ОРГАНІЗАЦІЇ

Михайлів Г.В.

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту і маркетингу

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Тринчук М. П.,

магістрантка спеціальності 073 Менеджмент, ОП Менеджмент організації і адміністрування

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Створення стратегії розробки та впровадження системи адміністративного менеджменту на підприємстві є важливим завданням сьогодення. Візія кожного підприємства спрямована на визначення, як система адміністративного менеджменту допоможе досягти стратегічних цілей підприємства. Дослідження потреб та вимог клієнтів, а також законодавчих актів, що стосуються якості в галузі, допоможе визначити ключові фактори успіху та вимоги, які мають бути враховані в системі адміністративного менеджменту. Тому дана тема є актуальною на сьогоднішній день. Впровадження системи адміністративного менеджменту на підприємство та навчання персоналу її використання, забезпечує поступове удосконалення системи адміністративного менеджменту на підприємство, що вимагає оцінки результативності, виявлення нових можливостей для покращення та реалізації необхідних змін. Важливо пам'ятати, що забезпечення адміністративного менеджменту на основі удосконалення стандартів процесів організації - це процес, який потребує системного підходу та постійної участі всього персоналу підприємства[1].

У науковому світі існують різноманітні визначення адміністративного менеджменту. ХІХ століття принесло розширення камералістики на два напрями: науку про адміністративне управління і науку адміністративного права. Першим напрямом займався професор Віденського університету Л. фон Штейн (1815 - 1890). Ним написана об'ємна праця «Теорія адміністрування» (Verwaltungslehre) у восьми томах [1, с. 48], що поступово видавалися протягом майже 20 років, з 1865 до 1885 р. Величезний внесок цього вченого не залишив жодного відбитку в діяльності апарату адміністративного управління капіталістичних країн. Наука про адміністративне управління припинила свій розвиток. Її відродження пов'язане з розвитком теорії організації, яка представлена під різними назвами,

близькими за змістом. Вона бере свої початки від публікації книги американського інженера Ф. Тейлора “Принципи наукового управління”, яка була опублікована в 1911 році. Ф. Тейлор був зацікавлений переважно в організації виробництва, а саме: організації робочого місця і роллю майстра [2, с. 43]. Окрім Ф. Тейлора, до авторів теорії організації належить А. Файоль, головна праця якого “Загальна і промислова адміністрація” з’явилася в 1916 році [3, с. 51]. На відміну від Ф. Тейлора, А. Файоль зосереджувався переважно на проблемах макроструктури, питаннях управління підприємствами. Таким чином, першим, хто дійшов висновку, що теорію організації слід застосовувати до державного управління, був А. Файоль, який є автором ще одного видання - “Адміністративна Теорія і Практика” [4, с. 17]. Аннатджі Еразмус, Е. Я. Феррейра, А. В. Еразмус, Д. Гроеневальд [5, с. 2] пропонують таке тлумачення: “Адміністративний менеджмент” - це одна з функцій, відділів або частин, які існують в будь-якій організації. Мета адміністративної функції полягає в управлінні інформаційними потребами організації таким чином, щоб своєчасна, релевантна та точна інформація могла бути надана керівникам на всіх різних рівнях, що дозволяє їм приймати значущі рішення. Без такої інформації неможливо керувати жодною організацією, функцією чи процесом.”. Михаліцька, М. Р. Верескля, В. С. Михаліцький висловлюють думку [6, с. 11], що адміністративний менеджмент (administrative management) - це розподіл обов’язків та відповідальностей між керівниками та підлеглими, а також планування, організація, координація та контроль за діяльністю організації.

Отже, адміністративний менеджмент можна визначити як наукову та практичну діяльність, що стосується адміністративної діяльності. “Як і будь-яка дисципліна, що сформувалася і розвивається, наука про адміністративне управління займається реєстрацією і систематизацією явищ, що мають місце в даній області, а також розкриттям закономірностей і причинно-наслідкових зв’язків між ними, щоб на цій основі сформулювати практичні висновки і рекомендації”.

Система забезпечення якості адміністративного менеджменту підприємства - це інтегрований підхід до управління персоналом, який ґрунтується на встановлених принципах міжнародних стандартів якості. Основна суть системи полягає в систематичному підході до контролювання та керування якістю на всіх стадіях управління бізнес-процесами підприємства з метою досягнення встановлених показників якості та вимог клієнтів, відповідно до складових системи якості менеджменту.

Основні складові визначення політики забезпечення якості управління включають такі елементи: - Загальні засади якості: політика якості має включати загальні засади, які маневри структура проводить щодо якості своїх управлінських рішень - ці засади можуть містити такі елементи, як дотримання вимог, безперервне удосконалення, процесні методики і т.д.

Цілепокладання якості: політика якості має визначати конкретні цілепокладання, якими організація керується у сфері якості управління, а саме удосконалення роботи, зменшення варіативності, забезпечення високого рівня задоволеності клієнтами тощо; - Зобов'язання керівного складу: політика якості має включати зобов'язання керівного складу установи у відношенні до якості управління – включаючи визначення ролей керівного складу у забезпеченні якості, надання ресурсних можливостей, популяризацію систематизації керування якістю тощо; - Врахування стандартних і регулятивних вимог: політика якості має бути орієнтованою на вимоги стандартів якості та інших законодавчих документів, що застосовуються у конкретному секторі або регіоні; - Комунікація: політика якості має бути чітко сформульованою та обговореною всередині організації та поза її рамками. Вона повинна бути доступною всьому персоналу, щоб гарантувати загальне сприйняття і прийняття політики якості [6].

Система адміністративного керування протягом 100 років досить поширено інтегрувалася в практику керування, у сучасному світі багато керівників та менеджерів з Заходу не мають уявлення про те, що в Азії існує що десь керування може бути організоване по-іншому - може бути несистематизованим. Ця система є основною, значно спрощує процес керування та суттєво покращує ефективність будь-яких компаній, ця система адміністративного управління дозволяє їм поступово розвиватися та вдосконалюватися та дозволяє значно покращити ефективність будь-якої компанії, її прибутковість та конкурентоздатність. Покращується довгострокова конкурентоспроможність компаній без значних інвестицій у модернізацію виробництва.

Список використаних джерел:

1. Козирева О. В., Глебова Н. В., Ковальова В. І. Навчальний посібник з дисципліни «Офісний менеджмент» : для здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Менеджмент». – Х.: Видавництво Іванченка, 2021. – 274 с.
2. Бовкун О. А. Методи забезпечення ефективного управління персоналом підприємства. Економіка та суспільство. 2018. № 16.
3. Козирева О. В., Зоїдзе Д. Р. Техніка адміністративної діяльності : навчальний посібник, Х. : Видавництво Іванченка, 2021. – 197 с.
4. Коваленко А.О., Гриненко В.В. Кадрова політика як ефективний інструмент безпеки орієнтованого управління персоналом організації. *Modern economics*. 2020. № 24. С. 75-80
5. Козирева О. В., Ковальова В. І., Глебова Н. В. Управління персоналом. Навчальний посібник. - Х.: Видавництво Іванченка, 2021. - 126 с.
6. Денисенко М.П., Будякова О.Ю. Кадрова політика як основа формування інноваційної стратегії управління персоналом підприємств. *Вчені записки університету "КРОК". Серія : Економіка*. 2018. Вип. 4. С. 231–238.

ЕФЕКТИВНА КОМУНІКАЦІЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Монастирський Г.Л.,

д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу

Західноукраїнський національний університет

професор інституту економіки

Університет економіки в Бидгощі (Республіка Польща)

Комунікація має фундаментальне значення для існування будь-якої групи чи організації. Вона включає в себе спілкування і розуміння сенсу, за допомогою якого вона виконує основні функції в організації, включаючи інформування, контроль і мотивацію. Ефективність роботи тісно пов'язана з якістю комунікації в організації. Так само погана, неефективна комунікація може бути джерелом багатьох конфліктів і проблем. Ефективна комунікація, як і інші так звані м'які управлінські навички, є надзвичайно важливими для максимального використання людського капіталу організації.

Основна мета комунікації в робочому середовищі - створити належні умови для: стимулювання креативності та ефективності членів організації; розвитку організаційної культури, заснованої на загальноприйнятих цінностях і принципах; підвищення чутливості керівників до потреб та зауважень працівників; покращення комунікації та створення клімату взаєморозуміння між керівниками та підлеглими, а також між самими працівниками; підвищення мотивації персоналу через надання зрозумілої, правдивої інформації; зменшення опору працівників змінам шляхом їх підготовки до них та розуміння [1].

Турбота про робоче місце, атмосферу на ньому, підвищення компетентності працівників у сфері міжособистісних відносин є одним з основних стовпів процесу гуманізації праці. Впровадження принципів особистої та організаційної культури, налагодження комунікації між працівниками є важливим внеском у процеси гуманізації праці. У наш час нових технологій, комп'ютеризації, економічної та культурної глобалізації все більшого значення набуває також широка комунікативна компетентність, в тому числі комунікація в міжкультурному середовищі. У цій статті розглядається питання ефективної комунікації в організації, в тому числі в міжкультурному середовищі. Жодна група чи організація не може існувати без процесу комунікації, що відбувається між її членами. Завдяки процесу комунікації виконуються такі функції в управлінні організацією, як планування, організація, мотивація та контроль. Ефективне управління людським капіталом вимагає високорозвинених комунікаційних навичок як на індивідуальному, так і на організаційному рівнях.

Загальні засади ефективної комунікації можна узагальнити кількома принципами: врахування ролі відправника в процесі комунікації, тобто адаптація повідомлення до рівня розуміння, інформаційних потреб і можливостей сприйняття одержувача; забезпечення

якості комунікаційного процесу, що складається з: підвищеної поінформованості про процес комунікації, розуміння на основі чіткості повідомлення, довіри на основі збігу цілей компанії з фактичною поведінкою членів відповідної організації, а також прихильності та почуття приналежності; відповідний розподіл комунікаційних ролей між різними рівнями управління, що означає для вищого, середнього та нижчого рівнів відповідно - визначення цілей та місії компанії, втілення їх у конкретні завдання та дії, а також надання базової інформації працівникам; забезпечення цілісності комунікації з організаційною культурою, яка має величезний вплив на міжособистісні стосунки і значною мірою визначає комунікаційні моделі в організації [2].

Процес комунікації може відбуватися в декількох вимірах: вертикальна низхідна в ієрархії, вертикальна висхідна в ієрархії, горизонтальна та діагональна. Вертикальна висхідна комунікація спрямована від працівників, підлеглих до керівників і визначається такими факторами, як ризики, пов'язані з відносинами з начальством (наприклад, ступінь сприйняття неприємної, негативної інформації), викривлення інформації, різниця в статусі. Керівники повинні заохочувати працівників звертатися за порадою та вирішенням проблем, які вони не можуть вирішити самостійно, бути відкритими зі своїм керівництвом, висловлювати свою думку чесно і прямо, уникати говорити те, що, на їхню думку, хоче почути керівник, висловлювати свої ідеї, пропозиції, прохання та очікування. Ефективна низхідна вертикальна комунікація, ініційована начальством і спрямована до підлеглих, вимагає дотримання наступних процедур: працівники повинні бути ознайомлені з каналами комунікації; люди, які діють як інформаційний центр, повинні бути компетентними і заслуговувати на довіру; канали комунікації повинні бути якомога коротшими і прямими; керівники повинні обрати відповідний стиль управління, який враховує психологічні аспекти комунікації (наприклад, той факт, що інформація, яка відповідає особистим потребам і цінностям, легше сприймається і визнається). Для того, щоб покращити горизонтальну комунікацію, тобто комунікацію між працівниками з різних відділів та на різних рівнях, необхідно підвищити ступінь взаємодії між вищезазначеними працівниками, забезпечити відкритість в організаційній культурі та надати форум для обміну інформацією та знаннями. Горизонтальна комунікація - це мережа каналів зв'язку між працівниками організації, які перебувають на однаковому рівні в ієрархії; вона зазвичай пов'язана з координацією роботи, співпрацею, вирішенням конфліктів і проблем, обміном знаннями та інформацією або побудовою відносин між працівниками. Щоб полегшити та покращити цей вимір комунікації, менеджери повинні усунути такі бар'єри, як висока спеціалізація, сильне суперництво, відсутність мотивації, інформаційне перевантаження або фізичні бар'єри. Підвищення обізнаності працівників, як керівників, так і підлеглих, про важливість ефективної комунікації для ефективної співпраці є необхідною умовою для плідного

управління людськими ресурсами. Крім того, доцільно надати працівникам інструменти та способи комунікації, переконатися, що вони знають, як ними користуватися, організувати навчання та можливості для обміну взаємними знаннями та навичками.

Основними організаційними факторами підтримки комунікаційних процесів, тісно пов'язаними з організаційною структурою, є: велика кількість формальних можливостей для обміну інформацією (наприклад, тренінги, зустрічі, заходи та тимбілдинги); наявність форуму для обміну інформацією та знаннями; організаційні механізми, що забезпечують можливості для взаємного навчання, творчості, обміну думками; пласка організаційна структура та облаштування робочих місць, які дозволяють обмінюватися ідеями та думками; ефективна та безперешкодна система комунікації, велика кількість формальних та неформальних каналів комунікації. Отже, існує тісний взаємозв'язок між організаційною культурою, яка підтримує процеси комунікації між працівниками, та підвищенням ефективності співпраці в організації. Ефективність комунікації є основою для ефективної роботи всієї організації [3].

Позитивні міжособистісні стосунки та хороша групова співпраця вимагають адекватних комунікативних навичок, які слід вміло підтримувати та вдосконалювати за допомогою відповідних тренінгів. Ефективна командна співпраця сприяє інноваціям та підвищенню креативності в колективі. Керівники організацій повинні підтримувати її як за допомогою технологічних рішень (ІТ-інструменти, онлайн-форуми для обміну інформацією тощо), так і за допомогою особистих зустрічей для безпосереднього обміну інформацією та знаннями.

Якщо менеджери хочуть сприяти підвищенню креативності та покращенню комунікації і співпраці між працівниками, вони повинні звернути увагу на наступні питання: здатність визначати цілі групових завдань, які враховують обмін знаннями та інформацією з іншими членами групи; очікування креативних, інноваційних рішень; повна обізнаність членів групи з різними ресурсами, які уможливають та покращують комунікацію (наприклад, апаратне та програмне забезпечення, канали зв'язку); підвищення індивідуальної відданості працівників. Крім того, для покращення комунікації між членами групи слід враховувати наступні рекомендації: групова робота повинна, наскільки це можливо, починатися з особистих зустрічей (зборів) групи; кожен член групи повинен бути ознайомлений з професійними навичками своїх колег (наприклад, з каталогом навичок, доступним в Інтернеті); групу слід регулярно інформувати про прогрес та успіхи команди; члени групи повинні брати участь у коучингу та тренінгах; зустрічі мають бути добре структуровані та завершуватися певним письмовим підсумком; для посилення співпраці та рівня довіри між членами групи слід використовувати відеоконференції та подібні засоби; слід враховувати міжкультурні відмінності [4].

Для того, щоб організація працювала ефективно, а люди працювали разом без проблем, керівники повинні дбати про якість процесу комунікації між співробітниками. При цьому слід враховувати як технічні фактори, такі як наявність і знання інструментів та форумів для обміну інформацією, так і нетехнічні, тобто достатню кількість каналів комунікації або відповідну організаційну культуру, що підтримує процес комунікації. Також доцільно організовувати регулярні тренінги для розвитку індивідуальних комунікаційних компетенцій співробітників, що покращує співпрацю та сприяє обміну знаннями та досвідом. Ефективна комунікація не лише створює належні умови для розвитку креативності, залучення працівників, а й позитивно впливає на конкурентну позицію компанії на ринку.

Список використаних джерел:

1. Stankiewicz J., Komunikowanie się w organizacji, Wyd. PZ, Zielona Góra 1998.
2. Szopski M., Komunikowanie międzykulturowe, WSiP, Warszawa 2005.
3. Żur A., Komunikacja w organizacji opartej na wiedzy, Zeszyty Naukowe AE w Krakowie nr 671, Kraków 2005.
4. Апостолок О., Богач Ю., Васіна А., Желюк Т., Монастирський Г., Морозовська Л., Павліци Д., Турило А.А., Турило А.М., Шкільняк М. Людський капітал в інноваціях, адаптації, потенціалі макро- та мікрорівня: монографія / за ред. М.М. Шкільняка, Д. Павліци, А.М. Турило. Тернопіль: Крок, 2022. 609 с.

ВПЛИВ СПЕЦИФІЧНИХ ЧИННИКІВ НА РОЗВИТОК АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ОСОБЛИВИХ УМОВАХ

Надвиничний С. А.

д.е.н., професор, директор навчально-наукового центру з організації освітнього процесу

Західноукраїнського національного університету

Військове вторгнення росії на територію України спричинило низку негативних наслідків для соціально-економічного функціонування національної економіки загалом та аграрного сектору зокрема. Відтак, на розвиток аграрних підприємств істотно впливають різноманітні чинники, які взаємодіють між собою і визначають подальший розвиток цього сектору економіки в сучасних умовах [1].

В умовах війни цей процес може бути значно ускладнений через специфічні економічні виклики та обмеження, які виникають в такому контексті. Тому виникає нагальна потреба у виокремленні та обґрунтуванні специфічних чинників, що впливають на розвиток аграрних підприємств в умовах російської агресії, зокрема: безпека та доступ до ресурсів; споживчий попит; торговельні обмеження; фінансова нестабільність; забруднення та екологічні ризики; трансформація структури трудових ресурсів; дестабілізація грошового обігу; втрати інфраструктури; політична та регуляторна невизначеність; несприятливий інвестиційний клімат.

Безпека та доступ до ресурсів при функціонуванні аграрних підприємств в умовах війни характеризується обмеженим використанням земельних ресурсів і наявністю ризиків втрат або пошкодження обладнання, врожаю та інфраструктури через бойові дії. Окрім того,

воєнний стан може вплинути на безпеку працівників, інфраструктуру та можливість виробництва продукції. Наведемо деякі аспекти, які варто враховувати щодо забезпечення безпеки та доступу до ресурсів аграрних підприємств в умовах війни:

- забезпечення безпеки працівників (військові дії можуть створити небезпечні умови для працівників аграрних підприємств, особливо на відкритих полях чи під час збирання врожаю);
- збереження інфраструктури (воєнні дії можуть призвести до пошкодження або руйнування інфраструктури – будівлі, засоби виробництва, зберігання та транспорт. Потрібно забезпечити адекватний захист об'єктів виробництва та зберігання від можливих ризиків);
- доступ до земельних ділянок і водних ресурсів (воєнний стан може обмежити доступ до земельних ділянок і водних ресурсів через зони бойових дій чи рух військових підрозділів. Аграрні підприємства можуть потребувати дозволів чи супроводу для входу на свої земельні ділянки);
- забезпечення безпеки продукції (військові дії можуть призвести до контамінації ґрунту, води та повітря хімічними речовинами, що може вплинути на якість продукції. Системи контролю якості продукції та її безпеки стають особливо важливими в умовах війни);
- резервування ресурсів (аграрні підприємства можуть забезпечити резервні запаси ресурсів, таких як насіння, добрива та інші матеріали, що можуть стати обмеженими під час війни);

В умовах війни аграрні підприємства повинні активно враховувати ризики та приймати заходи для забезпечення безпеки працівників, продукції та ресурсів. Адаптація до нових умов вимагає гнучкості, винахідливості та співпраці з відповідними органами та зацікавленими сторонами.

За таких умов відбувається зниження попиту на сільськогосподарську продукцію через економічні труднощі та незабезпеченість споживачів. Розглянемо, які чинники можуть впливати на споживчий попит умовах воєнних дій:

- економічна нестабільність (зниження доходів населення через загальний економічний спад, що призводить до скорочення споживчих витрат на харчування та інші товари);
- збільшені витрати на оборону (видатки на соціальні програми та витрати на споживчу діяльність можуть зменшуватися на користь збільшення витрат на оборону);
- недоступність продуктів (обмеження можливості поставок товарів та послуг до певних територій, що може призвести до знехтування окремими категоріями товарів, включаючи харчові продукти);

- підвищене фінансове навантаження на населення (підвищення податків, інфляції та інші економічні обмеження, що може погіршити фінансовий стан населення і знизити його споживчу активність);
- зміни в споживчих пріоритетах (споживачі можуть переключати свої пріоритети на інші товари та послуги, вважаючи їх за більш важливі для забезпечення виживання та безпеки);
- психологічний чинник (нестабільність та загроза, пов'язані з воєнним станом, можуть призвести до психологічного стресу, що може впливати на споживчий попит та схильність до витрат).

Для аграрних підприємств важливо адаптуватися до змін у споживчому попиті та можливості забезпечити стабільний ринок збуту в умовах війни. Це може включати пошук нових ринків, розвиток інноваційних продуктів або переробку стратегій маркетингу та призвести до введення різних торговельних обмежень, які впливають на функціонування аграрних підприємств. Вони можуть стосуватися як внутрішньої, так і міжнародної торгівлі, зокрема, експортні та імпорتنі обмеження (для забезпечення захисту внутрішнього виробництва та зменшення залежності від зовнішніх ресурсів), квоти та ліцензії на імпорт/експорт (для забезпечення більшої контролю над рухом товарів), збільшення митних тарифів (для захисту внутрішнього виробництва) і тимчасові обмеження на перетин кордону:

Аграрні підприємства в умовах торговельних обмежень можуть шукати альтернативні ринки збуту, адаптувати свою виробничу програму та розвивати стратегії для зменшення впливу обмежень на їхню діяльність. Також важливо співпрацювати з відповідними державними органами та стежити за змінами у торговельних політиках.

Фінансова нестабільність аграрних підприємств в умовах війни може суттєво вплинути на аграрні підприємства в умовах війни, оскільки воєнні дії та економічні турбулентності можуть призвести до зміни фінансового стану та можливостей виробництва. Слід виокремити основні аспекти фінансової нестабільності, зокрема, зниження прибутків через економічний спад, зумовлений воєнними діями; зростання вартості палива, добрив, обладнання та інших ресурсів може призвести до підвищення виробничих витрат та зниження маржі.

Фінансові установи можуть бути більш обережними надавати кредити через ризик неплатоспроможності, спостерігається нестабільність валютного ринку – курс національної валюти може коливатися через нестабільність економічної ситуації та дії валютних спекулянтів.

Заборгованість підприємств перед постачальниками, кредиторами та іншими сторонами може збільшуватися через обмежений доступ до фінансових ресурсів.

Воєнні дії можуть спричинити знищення або пошкодження майна, засобів виробництва та інфраструктури, призвести до обмеженого доступу до фінансових ринків для залучення інвестицій та позик.

Для зменшення впливу фінансової нестабільності, аграрні підприємства мають розробити плани управління ризиками, зберігати резерви фінансових ресурсів, адаптувати виробничі програми та розвивати гнучкі фінансові стратегії. Важливо також співпрацювати з фінансовими консультантами та експертами для забезпечення стійкості в умовах війни.

Сучасні умови оголюють серйозні екологічні ризики та призводять до забруднення, яке може вплинути на функціонування аграрних підприємств та їх продукцію. Військові дії, рух військової техніки та зброї, а також оборонні заходи будуть мати значний негативний вплив на навколишнє середовище. Окрім того, забруднення ґрунту, води та повітря на території аграрних підприємств можуть бути спричинені використанням хімічних речовин у воєнних діях (наприклад, бойові речовини, вибухові речовини) та рух військової техніки, оборонні споруди та боєприпаси. З'являється ризик для здоров'я людей та тварин, які проживають на територіях аграрних підприємств.

Воєнні дії можуть призвести до пошкодження екосистем, втрати природних середовищ та знищення біорізноманіття та руйнування природних ресурсів, наприклад, руйнування дамби Каховської ГЕС спричинило затоплення понад 80 населених пунктів.

В таких умовах відбувається трансформація структури трудових ресурсів для аграрних підприємств через різні чинники, пов'язані зі змінами в соціальному, економічному та політичному середовищі. Такі обставини спонукають людей до еміграції або внутрішнього переселення з ризиків для особистої безпеки та здоров'я, відбуваються зміни умов праці та безпеки працівників через введення обмежень на рух та діяльність.

Воєнний стан призвів до змін у робочих графіках через потребу в мобілізації та забезпеченні безпеки, а воєнні дії призводять до економічної нестабільності та браку робочої сили через втрати, заборони на рух або здатність працівників служити у військових частинах.

Для аграрних підприємств важливо бути готовими до таких змін, розробляти плани для забезпечення безперебійної діяльності під час воєнних дій та співпрацювати з державними органами для забезпечення безпеки та стійкості в умовах невпевненості.

Дестабілізація грошового обігу в умовах війни може має суттєвий вплив на аграрні підприємства, оскільки вони теж є частиною економічної системи. Вона може призвести до змін в цінах на ресурси, такі як паливо, добрива та інші матеріали, що впливають на вартість виробництва.

Вартість ресурсів та послуг може підвищитися через інфляцію або девальвацію валюти, що призведе до зростання витрат аграрних підприємств. В свою чергу, нестабільна

ситуація у грошовому обігу може призвести до економічної турбулентності, що ускладнить планування та фінансовий управління підприємством.

Для зменшення негативного впливу дестабілізації грошового обігу, аграрним підприємствам слід розробити стратегії адаптації до змінного фінансового середовища, звернутися до альтернативних джерел фінансування та брати участь у програмах підтримки від держави або міжнародних організацій. Важливо також бути готовими до змін у плануванні та приймати оперативні рішення для забезпечення стабільності під час невпевненості.

Втрати інфраструктури аграрних підприємств в умовах війни можуть бути серйозною загрозою для їхньої діяльності та продовольчої безпеки. Воєнні дії можуть призвести до пошкодження або знищення будівель, обладнання, засобів виробництва та інфраструктури, що може суттєво вплинути на продуктивність та можливості підприємства.

Варто сформулювати можливі наслідки втрат інфраструктури, зокрема, пошкодження або знищення обладнання та будівель може призвести до зниження виробничого потенціалу підприємства та до тимчасової або навіть тривалої зупинки виробництва; знищення або псування виробленої продукції та до звільнення працівників та втрати робочих місць.

Політична та регуляторна невизначеність є серйозною проблемою для аграрних підприємств в умовах війни. Воєнні конфлікти можуть викликати питання щодо власності на землю, ресурси та майно, що створює невизначеність для підприємств.

Регуляторна невизначеність може призвести до обмежень у зовнішній торгівлі, змін в тарифах та торговельних угодах, що може вплинути на експорт та імпорт аграрних товарів.

Політична невизначеність може створити обмеження на доступ до ресурсів, таких як вода, добрива та паливо, зменшити інтерес інвесторів до аграрного сектору через невизначеність щодо перспектив та ризиків, порушення контрактних зобов'язань з постачальниками, партнерами та споживачами.

Для того щоб зменшити вплив політичної та регуляторної невизначеності, аграрним підприємствам необхідно вести активний діалог з урядовими органами, дотримуватися законодавства та регулювання, робити резервні плани та бути готовими до різних можливих розкладів подій.

Нестабільність у політичній ситуації може створювати ризик для інвесторів через можливі зміни у правовому регулюванні та податковій політиці. Вартість ресурсів, валютні курси та інші економічні чинники можуть зазнати непередбачуваних змін, що впливає на рентабельність інвестицій.

Нестабільність може вплинути на інвесторську довіру та зменшити загальний попит на інвестиції, призвести до підвищення ставок за кредитами, що збільшить вартість фінансування для підприємств.

З огляду на ці чинники, аграрні підприємства в умовах війни можуть змушені шукати адаптаційні стратегії, зосереджуючись на збереженні ресурсів, диверсифікації виробництва, пошуку нових ринків збуту та захисті важливої інфраструктури.

Список використаних джерел

1. Надвиничний С.А. Аналіз системи чинників економічного розвитку аграрної сфери економіки регіону. Інноваційна економіка. №3 (29). 2012. С. 220 – 225.
2. Zhang, H., Ma, X., & He, X. (2019). Analysis of the Factors Affecting Agricultural Development and the Optimization of Industrial Structure.
3. Just, R. E., & Zilberman, D. (Eds.). (2019). Agricultural and Environmental Resource Economics.

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОДУКТУ AIR JORDAN

Ніколаєва Анастасія Павлівна

Бакалавр 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

Донецький національний університет імені Василя Стуса (Україна)

Вступ. Дослідження компанії Nike та їх продукту Air Jordan є важливою та цікавою темою для аналізу в галузі бізнесу, маркетингу та культури. Nike є однією з провідних міжнародних компаній у сфері виробництва та продажу спортивного взуття та одягу. Водночас, Air Jordan є однією з найвідоміших та найпопулярніших ліній взуття, яку компанія розробила в співпраці з видатним баскетболістом Майклом Джорданом. Дослідження цих двох аспектів допомагає краще зрозуміти успіх Nike як бренду та розкриває важливі аспекти стратегії компанії та її вплив на спортивну та модну індустрію.

Мета: Розглянути використання засобів просування товарів Nike щодо підтримки своєї популярності та конкурентоспроможності. Визначити вплив ліній Air Jordan на баскетбол, модну культуру та споживчі звички.

Основна частина. На початку 1980-х Майкл Джордан ніколи навіть не носив взуття Nike. Він справді любив Adidas і мріяв про угоду з брендом. Однак, батьки переконали його відкинути ідеї про співпрацю з німецькою компанією й наполягли на угоді з Nike. Так, у 1984 році Nike підписала безпрецедентну угоду з перспективним баскетболістом на суму 500 000 доларів на рік. Бренд прагнув розширити свою присутність на баскетбольному ринку, і Джордан з його разючими навичками на майданчику та динамічною особистістю поза ним ідеально підходив. Так розпочалося вже легендарне партнерство між Майклом Джорданом і Nike — на світ з'явився Air Jordan. З моменту підписання контракту все зводилося до того, щоб Джордан отримав власне взуття [1].

Отже, розглянемо 7Ps для Air Jordan.

Цільова аудиторія: люди віком 13 до 50 років; активні спортсмени і спортсменки; молодь та студенти; мода та стрітстайл; фанати спорту та команд; активні гравці на ринку фітнесу і бігу; люди, які цінують інновації.

Продукт: Air Jordan славиться своїм високим якісним взуттям і стильним дизайном, спеціально розробленим для баскетболістів.

Ціна: Air Jordan визначається як преміальний продукт зі значною ціною, що відображає статус і якість.

Розподіл (місце): взуття Air Jordan реалізується через власні магазини Nike, інтернет-магазини, а також в обмежених кількостях у вибраних роздрібних точках продажу та спеціалізованих магазинах.

Просування: Air Jordan активно використовує рекламу з використанням видатних баскетболістів та музичних зірок, а також спонсорує спортивні події, що підсилює бренд.

Люди: відомі баскетболісти, як Майкл Джордан, стають обличчями бренду Air Jordan, а також команда дизайнерів, що працюють над продуктом.

Процес: використовуються високотехнологічні матеріали і процеси виробництва для створення високоякісного взуття.

Матеріальні свідчення: фірмовий логотип, упаковка та аутентичність продукту грають важливу роль у створенні довіри споживачів до бренду Air Jordan.

Дизайн Air Jordan завжди був визнаним своєю інновацією та креативністю. Кожна нова модель взуття розроблялася з урахуванням потреб баскетбольних гравців та прихильників моди, і вона завжди залишалася актуальною та популярною у споживачів. Тому я провела опитування, для кращого розуміння продукту [2]. Для цього розглянемо рисунок 1.

Який фактор найбільше впливає на ваш вибір при купівлі Air Jordan кросівок?
20 відповідей

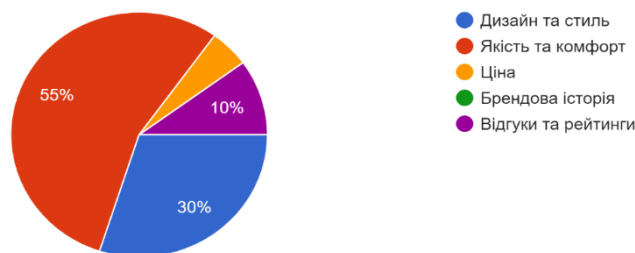


Рисунок 1 – Фактор, що найбільше впливає на ваш вибір при купівлі Air Jordan.

За діаграмою бачимо, що фактор найбільше впливає на ваш вибір при купівлі Air Jordan кросівок це якість і комфорт (55%), але також бачимо, що дизайн і стиль також приваблює аудиторію (30%). І по меншості вплив при купівлі також впливають відгуки та рейтинги, ціна. Так як цей бренд відомий серед спортсменів розглянемо на рисунку 2, якою спортивною діяльністю вони займаються.

Яка спортивна діяльність вас найбільше цікавить?
20 відповідей

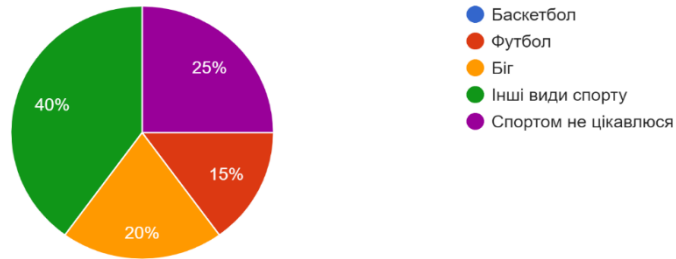


Рисунок 2 – Спортивна діяльність.

Отже серед опитуваних 75% займаються спортивною діяльністю, 25 % спортом не цікавлять. Висновок полягає в тому, що з огляду на велику кількість спортсменів серед опитуваних, Air Jordan має можливість привернути і утримувати спортивних клієнтів, надаючи якісне спортивне взуття та активно взаємодіючи з цією аудиторією. Так, як бренд співпрацював з відомим баскетболістом, розглянемо чи впливає це на їх вибір (рисунок 4).

Чи впливає співпраця Air Jordan зі спортивними зірками на ваш вибір продукції?
20 відповідей

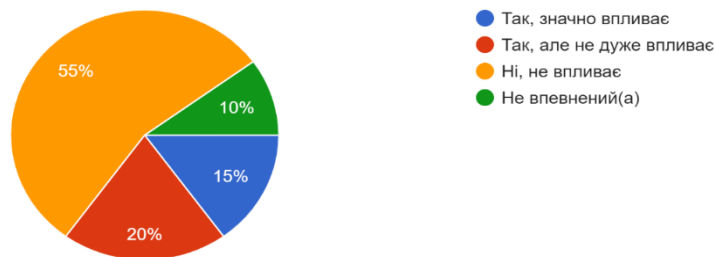


Рисунок 4 – Вплив вибору продукції через співпрацю з зірками.

Як зазначають опитувані, співпраця Air Jordan зі спортивними зірками не впливає на їх вибір продукції (55%), 20% зазначає, що так, але не дуже, ну і 15% - так. Вплив співпраці Air Jordan зі спортивними зірками на вибір продукції є різним для різних споживачів. Для більшості це не є основним фактором, але для деяких він може бути важливим. Бренд Air Jordan може продовжувати співпрацювати зі спортивними зірками для залучення цільових аудиторій, але також розвивати інші маркетингові стратегії для збільшення своєї привабливості на ринку.

Висновок. Бренд Air Jordan має різноманітну аудиторію з різними інтересами і вимогами. Можна помітити, що найбільше цінують споживачі це якість і комфорт. Для подальшого успіху важливо адаптувати маркетингові та продажні стратегії для різних сегментів споживачів і продовжувати розвивати співпрацю зі спортивними зірками та активно використовувати соціальні мережі для комунікації з аудиторією. Багато споживачів купують взуття Air Jordan як символ стилю та моди. Вони очікують, що ці взуття підкреслять їхній стиль і індивідуальність, виражаючи свою приналежність до культури спорту та моди. Air Jordan славиться якістю та комфортом взуття, що може забезпечити підтримку для

активного спорту або щоденного використання. Споживачі очікують, що ці взуття будуть зручними та довговічними. Оскільки лінія Air Jordan вперше була створена для баскетбольного легендарного Майкла Джордана, деякі споживачі купують це взуття для активного гри в баскетбол та очікують підвищеного функціонального ефекту, такого як підвищена підтримка та зчеплення. Деякі споживачі купують Air Jordan для підвищення свого соціального статусу та престижу, оскільки ця марка вважається символом успіху та статусу в деяких соціальних групах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анатомія взуття: кросівки Nike Air Jordan. USP: <https://vogue.ua/article/fashion/aksessuary/anatomiya-vzuttya-krosivki-nike-air-jordan-52700.html> (дата звернення 25.10.2023)
2. Історія заснування, специфіка та кращі моделі Nike Air Jordan. USP: <https://sportbrend.com/blog/brend-air-jordan> (дата звернення 25.10.2023)
3. Jordan - історія баскетболу, написана кросівками. USP: <https://styles.ua/blog/article/jordan-istoriya-basketbola-napisannaya-krossovkami> (дата звернення 25.10.2023)

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Перезова І. В.

д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва та маркетингу

Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Сакун А.Ж.,

к. е. н., доцент, доцент кафедри підприємництва, обліку та фінансів

Херсонський державний аграрно-економічний університет

Ефективність управління суб'єктами бізнесу залежить, насамперед, від дієвої системи обліково-інформаційного забезпечення, сформованої обліковою політикою, що ґрунтується на єдиній методологічній та правовій основі, фактичних соціально-економічних умовах воєнної економіки. Для того, щоб забезпечити стабільний розвиток підприємництва, при прийнятті управлінських рішень недостатньо обмежуватися класичною обліковою інформацією суб'єктів господарювання, а необхідно постійно відстежувати переваги та проблеми бізнес-середовища порівняно з конкурентами. Таке порівняння дає змогу підтримувати тенденції та виявляти причини змін обсягів виробництва та продажів, грошових потоків і прибутку в динаміці, що допомагає оптимізувати процес для прийняття більш ефективних управлінських рішень у системі облікового забезпечення підприємства.

Інформаційне поле для обґрунтування управлінських рішень характеризується систематизованою інформаційною базою, яка приймає різні форми для різних цілей, перетинається і постійно взаємодіє. Потоки управлінської інформації, що надсилаються від суб'єкта до об'єкта управління, та індикаторна інформація, отримана у зворотному напрямку, являють собою інформаційні зв'язки між суб'єктом та об'єктом управління [1].

Реальні соціально-економічні умови вітчизняного бізнесу вимагають нового погляду

на формування інформації, шляхом впровадження нових технологій та використання автоматизованих систем для цілей стратегічного управління. Завдяки цифровізації можна перевести більшість економічних процесів у цифровий режим. Це стосується і господарських операцій, особливо бухгалтерського обліку. Зазначимо, на сучасному етапі саме інформаційним технологіям відведено роль дієвого інструментарію оптимізації бізнес-процесів підприємств на базі наскрізної автоматизації бізнес-функцій, що їх формують [2].

Цифровізація впливає на значне покращення як характеристик облікової інформації, так і можливостей її застосування. Дослідження результатів цифровізації облікового процесу на сучасному етапі за допомогою аналізу, що використовується в цій сфері програмного забезпечення, баз даних та принципів їх конфігурації й побудови показали, що цифровізація бухгалтерського обліку істотно впливає одночасно на два його аспекти:

- технологію акумулювання (отримання) необхідної інформації, її зберігання, а згодом передачі зацікавленим користувачам – інформаційних технологій у бухгалтерському обліку;
- методології систематизації інформації, тобто суті самого бухгалтерського обліку чи методології бухгалтерського обліку.

Можна виділити наступні інформаційні технології, що є перспективними на сьогоднішній день у вдосконаленні облікової системи, зокрема облікової політики (рис. 1).



Рис. 1. Інформаційні технології облікової політики

В цифровій економіці, щоб зберегти свою актуальність і попит на рекомендований продукт, бухгалтерський облік має бути чітко позиціонований як елемент системи отримання, обробки та передачі економічної інформації [3]. В іншому випадку є значний ризик «розплавлення» адже сучасна електронна інформаційна система динамічно розвивається і досить агресивно розширює сферу свого застосування. Тому необхідно чітко усвідомлювати місце, роль і функціональні можливості облікової системи. Вкладення в цифрові технології дасть поштовх бізнесу при забезпеченні високого рівня безпеки всіх процесів.

В умовах військових дій, що змушує підприємства переходити на онлайн або змішані форми, розвиток інформаційних технологій має однозначно позитивний ефект. Адже їх впровадження в облікову систему на даний момент є найважливішим завданням для

забезпечення ефективності всієї господарської діяльності. Тому, потрібно вжити відповідних заходів для подолання бар'єрів, що ускладнюють перехід на «цифру».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Alina Zh. Sakun, Iryna V. Perevozova, Olha H. Kartashova, Oleksandr S. Prystemskyi, Andrii S. Mokhnenko, "Innovative Paradigm of Management Accounting and Development of Controlling in the Entrepreneurship" Universal Journal of Accounting and Finance, Vol. 9, No. 4, pp. 548-564, 2021. DOI: 10.13189/ujaf.2021.090403.
2. Перевозова І.В. Застосування новітніх інформаційних технологій у системі інформаційного забезпечення контролінгу як метасистеми управління промисловим підприємством. Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property. 2018. № 17. DOI: <https://doi.org/10.31498/2225-6407.17.2018.147180>
3. Саун А., Міхнова А. Інформація як ключовий ресурс бізнесу. Mechanisms of Scientific and Technical Potential Development: Proceedings of the 3rd International Scientific and Practical Internet Conference, November 23-24, 2023. FOP Marenichenko V.V., Dnipro, Ukraine. P. 130-131. <http://dSPACE.ksaeu.kherson.ua/handle/123456789/8334>

ВПЛИВ ГРОМАДСЬКИХ ІНІЦІАТИВ НА ПОВЕДІНКУ БРЕНДІВ: КЕЙСИ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Перевозова І. В.

*д.е.н., професор, завідувач кафедри підприємництва та маркетингу
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу*

Відома фраза Уїнстона Черчілля «хто володіє інформацією, той володіє світом», під час відкритої військової агресії росії проти України набула ще більш значущої ваги, оскільки доєднала до фактичної інформації театру військових дій, інформацію соціальних мереж та ЗМІ.

Саме соціальні мережі та медіа формують на сучасному етапі ціннісно-сміслові орієнтири людей як інформаційні, так і соціальні. Тому з початком війни заклики ініціативних осіб через соціальні мережі, відкриті пабліки як до компаній на їх сторінках, так і до приватних осіб – TOP-менеджерів цих компаній щодо виходу з ринків росії, дотримання морально-етичних і людських норм бізнесу мали значний резонанс не лише серед українських читачів, але й європейських та світових.

Яскравим початковим кейсом такого впливу став «список ганьби» професора Школи менеджменту Єльського університету, президента Єльського інституту виконавчого лідерства Джеффри Зонненфельда, який зі своєю командою 28 лютого 2022 р. опублікував список компаній, які оголосили про свій вихід з ринку росії, які з нього не вийшли попри всі їх попередні маніфестації наміру та позиціонували себе не лише поборниками економічної ефективності, але як клієнт-орієнтовані, що прагнуть задовольнити споживчі, соціально-обумовлені потреби споживачів, зокрема вимоги екологічно-відповідальної поведінки, соціальну справедливість. Вибір своєї поведінкової моделі брендом, визначає його стосунки з клієнтами на довгий час, і війна в нашій країні підтвердила впливовість думки споживачів на компанію.

До прикладу, Сполучені Штати Америки вимагали від американських компаній вивести бізнес з росії, що було частиною стратегії санкцій, яка мала підірвати економічне

підґрунтя рф як для ведення війни, так і в цілому завдавши шкоди російській економіці задля заохочення російського народу скинути режим путіна.

«Незважаючи на вартість відмови від великих інвестицій та втрати бізнесу, репутація є сильним стимулом для догляду. Фірми, які не йдуть, стикаються з хвилею суспільного невдоволення США, набагато більшою, ніж та, з якою вони стикаються у зв'язку зі зміною клімату, правом голосу, безпекою зброї, імміграційною реформою та безпекою кордонів», — писав професор Джеффри Зонненфельд у колонці американського журналу Fortune [1].

Натомість, ця ініціатива була спрямована не лише на доведення того, що окремі бізнеси роблять фінансову підтримку економіці країни-агресорці, але в фокусі були репутаційні втрати, втрати довіри споживачів та інвесторів по всьому світі, бізнес-бойкотування таких підприємств що може спричинити занепад цих бізнесів по всьому світу. Адже цінність бренду залежить від загальної фінансової вартості компанії, тож як тільки ціни на акції компаній впадуть, цінність брендів теж почне падати. І це стосувалось не лише американських компаній. Після такого оприлюднення світом покотилась потужна хвиля громадських ініціатив в on і off форматах: від вірусних контетів (меми, картинки, reels, роликів тощо), використання хештегів на кшталт #StandWithUkraine #DONOTsponsormurder #IbuyUkrainian, коментування та відмітки акаунтів фірм, які продовжують співпрацю з росією, створенні сайтів (до прикладу, сайт Don't Fund War створений Ігорем Баракаєвим) до акцій протесту під головними офісами таких компаній, перекриття доріг тощо та оприлюднення цих заходів у соціальних мережах Twitter, Instagram, LinkedIn та Facebook. Однак, соціальні мережі, крім TikTok, здебільшого не заблокували російських користувачів, обмеживши лиш монетизацію.

Водночас громадські ініціативи проти війни в Україні за підтримки відомих корпорацій, модних домів та зірок лиш сприяють посиленню їх брендів як фірмових, так і особистих. Один із прикладів, бренд Chanel, який один із перших закрити усі свої магазини на території росії, з мотивуванням, що виступає за мир і за всіх людей, які постраждали від війни в Україні. По всьому світу, щоб придбати річ від Chanel, необхідно було заповнити бланк, який засвідчував обізнаність клієнта про заборону носіння речей цього бренду на території рф. Це було перше рішення на міжнародному рівні, яке викликало величезне невдоволення зі сторони росії та проведення у соцмережах росіянами різних челенджів по показовому псуванню речей від Chanel. Натомість, результат був протилежним: бренд опублікував на сторінці в Instagram допис з підтвердженням їхньої позиції.

Отже, громадські ініціативи можуть і впливають на поведінку брендів особливо в часи війни, створюючи тиск на компанії, вимагаючи діяти етично та відповідально. Лиш бренди, які виявляють таку соціальну відповідальність та підтримують цінності спільноти, можуть позитивно сприйматись громадськістю.

Список використаних джерел:

1. https://www.facebook.com/initiativequorum/photos/a.3161838607175424/8491797104179521/?locale=ms_MY&paipv=0&eav=Afb8ZEGRj_0dw1E9V4FNP9WSI3KJcQr1krJad0B_3wsd1vKAlhUIQ3JNjV0J1ofR40&_rdr

**ЦИФРОВИЙ ШЛЯХ: СТРАТЕГІЯ СТВОРЕННЯ ВЕБ-САЙТУ ДЛЯ
ТУРАГЕНСТВА**

Польова Л.В.,

*к.п.н., доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника*

Щороку все більше осіб вивчають сучасні технології. В епоху, коли люди прагнуть максимально ефективно впоратися з завданнями, використання засобів, які спрощують їх вирішення, стає надзвичайно важливим. Інтернет та соціальні мережі – саме ті інструменти, що допомагають подолати географічні обмеження.

Сучасний світ постійно розвивається, і це стосується і галузі туризму. Застосовуючи інформаційні технології, можна значно спростити операції туристичних компаній. Онлайн-системи бронювання та туристичні веб-сайти дозволяють оформити подорож, навіть не виходячи з дому.

Проте важливо зауважити, що головним завданням у сфері туризму є здатність викликати у клієнтів бажання придбати тур. У цьому контексті Інтернет-маркетинг та соціальні мережі стають ефективними інструментами для просування туристичного продукту, замінюючи традиційні форми реклами в газетах і журналах, які втратили свою актуальність.

Створення веб-сайту для туристичної компанії – стратегічний крок у маркетинговому плануванні. Це швидкий та ефективний спосіб рекламування туристичного продукту, підтверджений глобальністю Інтернету, його безмежністю в часі, швидкістю, доступністю до необмеженої інформації, можливістю взаємодії з клієнтами, низькою вартістю послуг, поліпшенням обслуговування та можливістю контролю статистики відвідуваності сайту.

Однак важливо усвідомлювати, що успіх сайту не визначається його миттєвою популярністю та доходом. Розвиток інтернет-ресурсу – це складний процес, який починається з етапу створення та триває протягом усього періоду його функціонування.

Створення та дизайн сайту – це трудомісткий процес, що виконується кваліфікованими програмістами та дизайнерами. Навіть при вартості їхньої роботи варто мати на увазі, що веб-сайт є візитною карткою туристичної компанії.

Перед початком розробки веб-сайту важливо чітко визначити його основну мету. Сучасний арсенал інтернет-ресурсів для туристичних фірм включає в себе різноманітні варіанти, які можуть бути вибрані відповідно до конкретних потреб компанії:

Корпоративний сайт турагентства: спрямований на формування іміджу компанії та надання користувачам актуальної інформації про тури й акційні пропозиції.

Туристичний портал: веб-сайт, що допомагає готелям презентувати свої послуги, а туристам вибирати найбільш відповідні місця для відпочинку.

Агрегатор турів: сервіс, який акумулює та бронює тури з можливістю обміну даними через API або XML.

Сервіс бронювання: веб-додаток для підбору та бронювання готелів, турів та засобів пересування.

CRM-система: індивідуальна система обліку клієнтів, спеціально розроблена для туристичного бізнесу та спрямована на вибудовування довгострокових відносин з клієнтами.

Інформаційний сайт про подорожі: вузькопрофільний проект, що висвітлює напрямки для подорожей, найкращі місця відпочинку та актуальну інформацію в сфері туризму [2].

Ключовим кроком у створенні веб-сайту є вибір домену. Ефективний домен повинен бути простим для запам'ятовування, відображати назву компанії або сферу її діяльності, щоб покупцям легко було його запам'ятати та уникати помилок у написанні.

На наступному етапі важливим є процес дизайну туристичного сайту. Саме через дизайн створюється інструмент, який привертає максимальну увагу споживачів.

Особливості дизайну туристичних веб-сайтів включають:

- Великі та привабливі зображення стають ключовим елементом туристичних проектів, оскільки вони спонукають людей вибирати відпочинок за допомогою очей. Зображення мають викликати бажання відвідати рекламоване місце.

- Дизайн сайту повинен відображати фірмовий стиль організації. Єдина дизайнерська концепція на всіх платформах взаємодії (сайт, соціальні мережі, офіси, будівлі) сприяє формуванню впізнаваності бренду.

- Використання інтерактивного та анімованого дизайну допомагає побудувати емоційний зв'язок з користувачами. Плавні переходи, анімації, "живі" фони та інші елементи приваблюють відвідувачів більше, ніж статичні сторінки.

- Для туристичних сайтів важливо відзначати досягнені результати. Розміщення інформації про нагороди та ліцензії допомагає збільшити довіру користувачів до компанії.

- Фотографії об'єкта, розміщені на головному екрані, виступають ключовим елементом, що цікавить користувача на сайті. Бажано зменшити відволікаючу інформацію в першому блоку і дозволити клієнтові насолоджуватися красою місця.

Під час розробки туристичного веб-сайту важливо реалізувати створення особистих кабінетів для користувачів. Ця інноваційна система сприяє виробленню мережі лояльності серед постійних клієнтів і спрощує їхню ідентифікацію. Необхідним елементом веб-сайту також є онлайн-чат, який забезпечує постійний зв'язок з клієнтами у будь-який час доби.

Додатковою важливою складовою є створення рейтингів та збір відгуків, оскільки наявність конкретних оцінок для наданих послуг сприяє більш великій схильності клієнтів до співпраці.

Етапи створення туристичного сайту програмістами можна розглядати наступним чином:

Аналіз ніші та формулювання бізнес-завдань:

- Ретельний огляд сфери діяльності для визначення потреб і особливостей.
- Сформулювання конкретних завдань, які потрібно вирішити на веб-сайті.

Складання ТЗ і укладання договору:

- Прописання основних етапів розробки та процесів.
- Фіксація вартості проекту і укладання договору.

Створення візуальної моделі майбутнього сайту для демонстрації його структури та функцій.

Перенесення дизайну на веб-сайт та розробка його інтерфейсу.

Перевірка відповідності технічним вимогам і проведення стрес-тестів для перевірки стійкості сайту під навантаженням.

Перенесення сайту на хостинг та навчання співробітників користуватися адміністративною панеллю.

Крім того, важливо враховувати мобільність сайту, оскільки більшість відвідувачів користуються мобільними телефонами. Не забувайте, що створення туристичного сайту – це складний та тривалий процес, тому розгляньте альтернативні методи популяризації, такі як використання соціальних мереж, наприклад Instagram та YouTube.

Список використаних джерел:

1. Лебедев О. Український тревел-сервіс TripMyDream названо кращим у світі О. Лебедев. URL: <https://pingvin.pro/gadgets/news-gadgets/ukrayinskyj-trevel-servis-tripmydream-nazvano-krashhim-u-sviti.html> (Дата звернення 08.11.2023)
2. Сайт WebCase URL: <https://webcase.com.ua/industry/razrabotka-sajtov-dlya-turizma/> (Дата звернення: 19.10.2023).
3. Туризм в Instagram URL: https://business.instagram.com/a/inspire-action/travel?locale=ru_RU (Дата звернення: 25.10.2023).

СОЦІАЛЬНИЙ ПАКЕТ ЯК ВАГОМИЙ ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА ПЕРСОНАЛ ПІДРИЄМСТВА

*Примаченко А. А.,
здобувач освітнього ступеня «магістр» за спеціальністю 073 «Менеджмент», кафедра
менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій
Державний університет «Житомирська політехніка»*

В умовах сьогодення зростає потреба підприємств в кваліфікованих працівниках, що спонукає керівників підприємств все більше уваги приділяти претендентам, які мають досвід

роботи, ініціативу, бажання підвищувати кваліфікацію та володіють певними спеціальними навичками. Претендент на посаду, зі свого боку, звертає увагу на заробітну плату та інші виплати, які нерозривно пов'язані зі специфікою діяльності підприємства, або, іншими словами, наявний на підприємстві соціальний пакет. Саме тому, жодне підприємство наразі не може успішно розвиватися, якщо керівництво не буде приділяти належної уваги якійсь мотивації та стимулюванню працівників.

Сьогодні соціальний пакет повинен використовуватися не тільки на великих підприємствах, а й на малих. Епідеміологічна криза та війна в країні дещо сповільнили розробку системи соціальних пакетів на підприємствах, проте тема все ж таки є і залишається досить актуальною.

Соціальна політика підприємства складається з набору соціальних виплат, пільг і компенсацій, які надаються працівнику у вигляді соціального пакету. Соціальний пакет - це набір додаткових пільг і послуг, які підприємство надає своїм співробітникам.

Варто зазначити, соціальний пакет включає наступні елементи:

- складова частина оплати праці (посадовий оклад) як стабільна складова грошової винагороди, що складається з посадового окладу, премій та доплат;
- додаткова оплата (мотивуючі виплати, премії, бонуси); премії, що виплачуються як за результатами виконаної роботи, так і підприємства в цілому, а також премії, що розглядаються в якості додаткових стимулів за досягнуті результати роботи;
- компенсаційна складова, яка являє собою винагороду працівника за роботу на підприємстві, що складається з медичної страховки, харчування за рахунок підприємства або пільгових обідів, відшкодування витрат на відрядження тощо. Така винагорода вважається винятком із загальних правил щодо окремих категорій працівників.

Для підвищення зацікавленості кваліфікованих працівників у відданості підприємству соціальний пакет повинен складатися з ряду компонентів, які представляють інтерес для працівників, наприклад:

- отримання внутрішнього кредиту на підприємстві для купівлі транспортного засобу або житла;
- надання транспортного засобу для пересування з роботи та додому або оплата послуг перевізника;
- отримання компенсації частини витрат на відпочинок;
- знижка на придбання продукції або послуг підприємства для власних потреб працівника;
- компенсація тимчасового проживання, якщо працівник не проживає в конкретному місті (селі, області) або надання йому відомчого житла;
- медичне обслуговування та медичне страхування тощо.

Слід зазначити, що соціальний пакет не містить чітко установлених загально визначених компонентів. Все залежить від характеру діяльності та керівництва, яке самостійно обирає, які компоненти має містити соціальний пакет його працівників. Залежно від завдань, які покладаються на працівника в процесі його діяльності, соціальний пакет може мати певні характеристики, що покликані мотивувати працівників до праці.

Безпосередньо соціальний пакет виступає гарантом нематеріальної мотивації до спільної роботи та впевненості про турботу з боку керівництва. Лояльність співробітників до підприємства з хорошим складом соціального пакету є дуже високою, що робить підприємство конкурентоспроможними на ринку праці. Таким чином, соціальний пакет є хорошою підмогою для довгострокового розвитку підприємства, витрати на впровадження якого обов'язково окупяться.

Для ефективного формування соціального пакету, пільг і компенсацій керівник повинен дати відповідь на такі питання:

- яка головна мета діяльності підприємства та які результати є найважливішими для нього;
- на кого спрямований соціальний пакет;
- важливість соціального пакета для категорії працівників, для якої він розроблений;
- персоналізація пакету для кожного співробітника підприємства, з метою формування адресних пільг.

З огляду на проведені дослідження можна зробити висновок, що, крім основної заробітної плати, премій і різноманітних доплат, важливу роль відіграє і використання соціального пакету. Розробка соціального пакету потребує великої уваги з боку роботодавця, так як від нього залежить якість соціального забезпечення та рівень соціальних гарантій, рівень мотивації та якість роботи співробітників.

Список використаних джерел:

1. Бикова А.Л., Воронова В.С. Соціальний пакет як інструмент мотивації працівників. Молодий вчений. 2019. №1. С. 205-208. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/1993>

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОСТІ: МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Радіонова Л. О.

канд. філос. наук, доцент, доцент кафедри філософії і політології

**Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова,
Україна**

Термін «турбулентний соціум» увійшов до лексики представників гуманітарних наук нещодавно. Метафора турбулентності підкреслює кілька важливих особливостей, які

виходять на передній план у сучасному світі: рухливість, мобільність, нестабільність його реальності.

Один з перших, хто намагався розкрити ці риси сучасного світу, був З. Бауман у своїй концепції «текучого сучасного» [1]. З. Бауман пише про «плавлення» деяких твердих сутностей, які існували у стані стабільності: «плавляться» такі інститути, як сім'я, праця, держава і т. д. Рухливість розглядається ним як проникність меж, розмиття стійких об'єктів, підвищена змінюваність стійких форм. З. Бауман розуміє рухливість, передусім, як фізичний рух, циркуляцію в просторі. У рухливості різних об'єктів, їх стрімкому переміщенні через межі він бачить основну причину рухливості сучасного світу. У більшості сучасних соціальних теорій рухливість пов'язується зі збільшенням швидкості переміщення в фізичному (Дж. Уррі) або символічному (мережевому) просторі (М. Кастельс). Однак для глибшого розуміння турбулентного суспільства недостатньо акцентувати увагу лише на збільшенні швидкості. Переміщення фізичних об'єктів, людей, уявлень, прохідність і рухливість будь-яких встановлених меж мають важливе значення в турбулентному суспільстві. Важливо підкреслити, що сама природа об'єктів, які циркулюють в просторі, змінюється. Так, Дж. Ло вводить поняття «рідинного об'єкта». Такі об'єкти перебувають у стані постійної та поступової зміни, змінюючи свою форму та контури по мірі свого переміщення в просторі. Стабілізація або занадто різка зміна для таких об'єктів є катастрофою, загибеллю [2].

Особливе значення в турбулентному суспільстві має управління безпекою. Сучасний світ «знаходиться в стадії загального ризику». Середовище, в якому існує суспільство, надзвичайно насичено ризиками різного походження та різних типів. Нові джерела ризику постійно виникають, одна катастрофа накладається на іншу, що призводить до виникнення синергетичного ефекту. «Турбулентність» насправді означає надзвичайну ступінь нестабільності економічної та політичної системи, коли ймовірність досягнення точки її біфуркації або злому дуже висока. «Турбулентність» - це всепроникаючий ризик її деградації та руйнування внаслідок нового етапу перерозподілу світу та його ресурсів, непримиреного конфлікту культур, обтяженого локальними конфліктами та війнами. Один з найбільших представників у макросоціології, з погляду системного підходу, Дж. Аррігі ідентифікує турбулентність з системним хаосом. Він пов'язує стан турбулентності з процесами розпаду системи відносин, складеної в рамках певного етапу розвитку капіталістичної світової системи, і відновленням системи на початку нового етапу, де лідируючу роль займе новий гегемон [3].

Погляд на турбулентність, який сформувався в сучасній соціальній науці, можна охарактеризувати як «озабоченість». Дійсно, турбулентність оцінюється як певний системний виклик, як тимчасовий стан транскордонного переходу до більш стійкого стану.

Проте такий погляд не є очевидним. Можливо, спостерігана сьогодні нестабільність і нестійкість є саме ознаками найближчого майбутнього, в якому людству доведеться жити? Визнання турбулентності сучасного суспільства ставить перед існуючими теоріями управління низку серйозних завдань. У подальшому розглянемо ці виклики на прикладі управління безпекою в сучасному суспільстві.

Ефективність управління в багатьох відносинах залежить від того, наскільки вдається врахувати різноманітність, принципову гетерогенність об'єктів управління. Р. Агарвал головною причиною кризи сучасних макроекономічних теорій вважає припущення про гомогенність і взаємозамінюваність в економіці факторів виробництва, фірм та галузей [4]. У макроекономічних моделях всі фірми з усіма різноманітними ресурсами розглядаються як схожі. Це припущення дозволяє використовувати для управління економікою агреговані показники (такі як ВВП, обсяг грошей в економіці, темпи зростання і т. д.). Відповідно до стратегічного управління, Р. Агарвал показує, що це припущення є невірним, і визначальну роль відіграє гетерогенність ресурсів в економіці.

В погляді на макроекономіку з позиції гомогенності ресурсів можна знайти справжні причини фінансової кризи та запропонувати рецепти для найшвидшого відновлення світової економіки. Схожі висновки можуть бути вірними і стосовно питань безпеки. Наприклад, Х. Молотч у своїй роботі під назвою «Проти безпеки» вказує на основні недоліки склалися «військової» ідеології [5]. Споруджені за стандартизованими схемами, ці системи безпеки спрямовані на уніфікацію громадян, посилення контролю і беззаперечне підпорядкування цим абстрактним правилам. На багатьох прикладах Х. Молотч показує, що такі «військові» системи часто виявляються неспроможними запобігти терактам і часто самі стають причиною численних проблем і навіть небезпеки для населення.

Отже, підводячи підсумок, можна зробити висновок, що управління безпекою вимагає нових підходів в умовах соціальної турбулентності. Один з таких підходів може бути застосування концепції гетерогенності. У цьому випадку акцент в управлінні безпекою має бути зроблений на мікрорівні, тобто на безпосередніх практиках взаємодії, які враховують місцеву специфіку та особливості. Складні закриті системи базуються на посиленні контролю як головного інструмента у забезпеченні безпеки. Їх методи включають уніфікацію та конструювання абстрактних типів, закритість та чітке відокремлення, універсальність правил та схем тощо. Такі системи є ефективними для стабільних суспільств, в яких рівень дифузії, рухомості та проникнення меж є невеликим.

Сьогодні, коли безперервна змінюваність стає онтологічною ознакою сучасного світу, такі системи демонструють нездатність справлятися із з'являючимися викликами. Х. Молотч наводить приклади у своїй роботі, коли терористам вдалося обійти всі жорсткі заходи контролю, встановлені в аеропортах, і пронести смертоносний вантаж на борт повітряного

судна. Лише пильність інших пасажирів та членів екіпажу дозволила вчасно виявити терористів та нейтралізувати їх. Здатність діяти в конкретних обставинах звичайних громадян і працівників, волонтерів, виявилися вирішальними факторами у запобіганні насильства.

Список використаних джерел:

1. Бауман З. діагностика «текучого» соціуму. URL: https://stud.com.ua/146869/sotsiologiya/bauman_diaagnostika_tekuchogo_sotsiumu (дата звернення: 07.11.2023).
2. Law John and Annemarie Mol. *Situating Technoscience: an Inquiry into Spatialities*, 2001. 19. 609-621.
3. Giovanni Arrighi and David Harvey. The Winding Paths of Capital. *New Left Review*. 56. March April 2009. P. 61-94.
4. Agarwal R., Barney J., Foss N., Klein P. Heterogeneous resources and the financial crisis: implications of strategic management theory // *Strategic Organization*. November 2009. Vol 7(4), pp. 467-484.
5. Molotch H. *Against Security: How We Go Wrong at Airports, Subways, and Other Sites of Ambiguous Danger*, Princeton, Oxford: Princeton University Press, 2014.

БІЗНЕС-НЕПЕРЕРВНІСТЬ У ЧАС ВІЙНИ: ДОСВІД ІТ-КОМПАНІЇ

Самуляк А.П.,

*співзасновник компанії V.I.Tech., операційний директор (COO) V.I.Tech,
Здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня за спеціальністю 076
Підприємництво та торгівля*

Стефінін В.В.,

*К. е. н., доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та прикладної економіки
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна*

Бізнес-неперервність розвивається як здатність організації функціонувати та відновлювати свою діяльність після виникнення подій, які можуть призвести до перерви в роботі. Умови війни можуть створити серйозні проблеми для бізнес-неперервності, після чого вони призводять до небезпеки, нестабільності та знищення інфраструктури. Однак варто звернути на стратегії та підходи для забезпечення бізнес-неперервності в умовах військових конфліктів.

Забезпечення бізнес-неперервності в умовах війни вимагає комплексного підходу та систематичного планування, зокрема врахування специфіки військових конфліктів та їх впливу на бізнес-середовище [3].

Business Continuity Plan (BCP) – це стратегічний план, який описує, як організація продовжить виконувати свої основні бізнес-функції під час та після надзвичайної ситуації або кризи.

BCP з'явився в нашій компанії ще задовго до повномасштабної війни. Але з появою інформації про можливий її початок в нього було внесено деякі зміни. З'явилися пункти про те, як компанія буде діяти на випадок повномасштабного вторгнення. Вони включали

детальний протокол дій на перші 24 години, та більш загальний на наступний період. Чому так? Бо ми розуміли що стикаємося з купою непередбачуваних речей.

На жаль, у перші дні та місяці повномасштабного вторгнення наш план не спрацював. Одним з важливих пунктів – це була евакуація працівників за кордон. Люди – це основний ресурс в нашому бізнесі. Цей пункт провалився, бо більшість ключових інженерів в компанії – це чоловіки призовного віку.

Позитивним моментом є те, що відразу було запущено потужну комунікацію до працівників і до клієнтів. Більшість працівників була емоційно розбита і з цим треба було щось робити. В компанії було запущено щоденні zoom конференції де на протязі години ми доносили всім важливу інформацію про те: що відбувається, як ми на це реагуємо, яка офіційна позиція нашої компанії.

Метою швидкої комунікації було те, щоб всередині компанії у всіх було схоже розуміння і бачення, тому, по цьому дзвінку збиралася й аналізувалася інформація з світових і наших медіа. Додатковим позитивним ефектом стало те, що працівники менше часу витрачали на пошук та аналіз інформації. І, як результат, менше на цьому фокусувалися. Варто відзначити те, що надзвичайно важливим був вклад мід менеджерів, які тримали свої команди.

До клієнтів ми в перший же день написали листи з роз'ясненням, як ми бачимо ситуацію і як ми з цим працюємо. Для багатьох стало корисним розуміння того, що ми на досить великій відстані від зони військових дій (те, що для багатьох американців Україна – це цятка на мапі, певно чули багато) і далі можемо надавати послуги виконуючі контрактні зобов'язання. Така комунікація також була регулярною, ми надсилали так звані статус-листи кожні два тижні [1].

Підсилення впевненості клієнтів. В деякого з клієнтів все ж залишався страх за те, чи зможемо ми надалі ефективно виконувати роботу. Причиною цьому була мобілізація, і як результат те, що деяких працівників мобілізували у ЗСУ, а деякі пішли добровольцями ще в перші дні війни. Попрацювавши з клієнтами, ми дійшли домовленостей про те, що потрібно мати певну частину команди за межами України. Орієнтувалися ми на 30%. Отож, ми почали найм за кордоном для того щоб «розбавити» команди людьми, які працюють з Європи. Також ми проводили роботу з людьми, які мали можливість виїзду за кордон для того, щоб вони зробили це хоч на кілька місяців. Для цього було запущено програму фінансової підтримки таких працівників. В компанії пішли нам на зустріч і в результаті впевненість клієнтів почала відновлюватися.

Підтримка для захисників. З перших днів виникла грандіозна потреба в забезпеченні військових. Далі вона переросла в системну підтримку деяких підрозділів, та участі в волонтерських ініціативах наших працівників.

Network Promotion Score. Ще до великої війни ми зрозуміли, що найефективніший спосіб знайти нового клієнта – це отримати рекомендації від постійних замовників. Проте, в умовах повномасштабного вторгнення це питання стало ще більш актуальним. Активні продажі практично не давали результатів, більшість контактів закінчувалися на тому що клієнти дізнавалися, що ми компанія з країни в якій триває війна, висловлювали свої співчуття і «пропадали».

Отож, ми почали активніше працювати з нашими актуальними клієнтами в напрямку розширення та отримання від них якихось контактів з рекомендаціями. Це працює. В той момент, коли співпраця з одними клієнтами завершилася – ми мали можливість плавно почати роботу з новими, які приходили до нас за рекомендаціями.

За перший рік війни компанія виросла майже на 20%. В цьому році ми майже не виросли, але для нас перемогою є вже те, що ми не почали зменшуватися, як це було в багатьох інших ІТ компаніях. І нам не довелося звільняти людей.

Ключем до цього всього є те, що ми ставимося до наших клієнтів, як до партнерів. У нас висока планка в ефективності та якості виконання наших робіт. Наприклад: один з наших клієнтів витрачав сотні тисяч доларів на хмарну інфраструктуру на місяць. Хоча це і не було частиною нашої сфери відповідальності, наша команда запропонувала зміни, які дозволили зменшити витрати вдвічі. Як результат, клієнт не тільки задоволений, але й готовий поглиблювати взаємодію з нами.

Правило бойскаута. Такий підхід почав застосовуватися практично всюди в нашій компанії. Що ж це таке? Я з цим терміном познайомився з книги знайомої багатьом програмістам «Чистий код» Роберта Мартіна. А звучить воно як: «залиш місце стоянки чистішим, ніж воно було до твого приходу». А у поєднанні з правилом багатьох маленьких змін ми отримуємо таке собі правило, що треба хоч трішки, але покращити все, що в нас є і, як результат – це спрямує на позитивні зміни [2].

Саме це дає можливість вдосконалюватися в умовах невизначеності, і стати завтра хоч на трішки кращим, ніж були вчора.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text>.
2. Робин Мартін. Чистий код. URL: <https://href.kz/books/chisty-cod.pdf>.
3. Розвиток ІТ-індустрії в Україні. URL: https://biz.ligazakon.net/aktualno/11637_golovn-zakonodavch-novats-dlya-bznesu-u-2022-rots.

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ВИДІВ ТЕХНІКИ ПРОДАЖІВ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Левандовська Я.Я.,

здобувачка вищої освіти

Науковий керівник: **Солоненко Ю.В.,**

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри підприємництва, корпоративної та просторової економіки

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця, Україна

Постановка проблеми. Сучасне життя людей неможливо уявити без покупок. Маркетинг залишається важливим навіть у складних умовах, таких як війна. Техніки продажів є важливою складовою не лише для кожного бізнесу, а й для поширення інформації про гуманітарні потреби, допомогу та ресурси, які можуть допомогти внутрішньо переміщеним особам та Збройним силам України. Маркетинг у воєнний час має бути обережним та відповідальним. Підходи до реклами та маркетингові кампанії повинні бути враховані індивідуально, враховуючи чутливість ситуації та потреби населення.

Аналіз останніх досліджень й публікацій. Вагомий внесок у дослідженнях видів техніки продажів зробили зарубіжні вчені, вивчаючи можливий вплив на споживачів та їхні вподобання. Такі науковці, як Мурат Тургунов “Партизанські продажі: як забрати клієнта у конкурентів”, “Психологія успішних продажів” – книга від Девіда Меттсона та “Психологія продажів” автора Брайана Трейсі. Вчені пропонують цікаві інструменти конкурентної розвідки, правила продаж та методи збільшення продажів під час кризи.

Мета. Дослідження особливостей дієвих видів техніки продажів.

Виклад основного матеріалу. Сфера торгівлі завжди приваблювала простим, надійним і доступним способом заробітку. З ростом конкуренції продавці активно шукають ефективні способи реклами й розповсюдження товарів. Навіть для менш конкурентних товарів потрібно знайти методи, які зроблять їх популярними. Тому увагу все більше звертають на техніки продажів, що допомагають залучити клієнтів, показати переваги товарів та зробити покупців постійними відвідувачами. Ці техніки не обмежуються магазинами або Інтернет-сайтами [5]. Їх можна застосовувати і для онлайн платформ, і для гуртової чи роздрібною торгівлі, а також поза Інтернет-магазинами. Головне - обрати методи, що збільшать кількість продажів і будуть виправдовувати витрати. Важливо адаптувати ці методи під цільову аудиторію товарів та умови країни. Найпопулярніші техніки продаж [2]:

1. Техніка “Залякування”.

Такий популярний та ефективний метод найчастіше використовують у роздрібній торгівлі у магазинах, а також у випадку з продажами онлайн за допомогою веб-сайтів або email розсилки. На практиці техніка виглядає не так уже й агресивно, як звучить. Вона має на

меті маніпуляцію страхами покупців, наприклад, що вони не встигнуть придбати товар за вигідною ціною або куплять не найкращий товар зі своєї категорії.

2. Техніка Spin-продаж.

У 1988 році Ніл Рекхем винайшов технологію під назвою "СПІН", яка відмінила класичний підхід, який тоді використовували тисячі менеджерів. Цей метод відмовляється від стандартних етапів продажу, вважаючи, що для укладення угоди вистачить послідовності запитань. У його основі лежить цікава концепція: не нав'язувати покупцеві товар, а пропонувати лише те, що він справді потребує. Для цього потрібно лише зрозуміти потреби клієнта, і активні продажі виникають самі собою. Метод СПІН ґрунтується на наданні максимально повної і правдивої інформації про потреби клієнта.

3. НЛП продажі.

НЛП - нейро-лінгвістичне програмування, що спрямоване на виклик певної реакції від співрозмовника через вербальні та невербальні дії. Його основний принцип - встановлення максимального контакту з клієнтом, оскільки люди більш схильні спілкуватися з подібними собі. У продажі навички НЛП сприяють легшому переконанню клієнта та укладанню угоди. Використання НЛП ефективне в складних продажах, переговорах, а іноді й у особистому житті [4]. Військові дії на Півдні та Сході України вплинули на економічну структуру країни, змінивши умови для усіх бізнесів. Великі й малі компанії опинилися в нестабільному становищі. Великі фірми мають перевагу завдяки фінансовій стабільності, яку можуть використовувати для тестування нових методів управління, необхідних у нових ринкових умовах. У той час як малий бізнес стикається з обмеженими можливостями через обмежений бюджет. Зміна умов також вплинула на техніки продажів [1].

За опитуваннями компанії Gradus Research (Рис. 1) майже половина українських споживачів (44%) обирають бренди з урахуванням їхньої підтримки армії, політичної позиції, мови спілкування чи співпраці з країною-агресором. Згідно з результатами, основними критеріями є допомога ЗСУ та уникання бізнесу в Росії, на це звертають увагу 44% і 34% відповідно. Мовне питання також має значення для 16% українців, які слідкують за мовою комунікації бренду [3].

БРЕНД АКТИВІЗМ 2022: ФАКТОРИ ВИБОРУ БРЕНДУ

Які аспекти діяльності брендів впливають на Ваше рішення про купівлю тих чи інших товарів або послуг (крім ціни та наявності на полиці)?



Рисунок 1. Опитування споживачів щодо вибору брендів під час війни (проведене дослідницькою компанією Gradus Research. Серпень 2022)

Висновки. Існує чимало різних технік продажів, які користувались популярністю на українському ринку. Війна змусила нас українців дивитись на світ іншими очима. Мовне питання, поділ на “своїх” та “чужих” не обійшло сферу споживання. Покупці все менше пробачають бізнесам їхній нейтралітет, і все більше очікують, що бренди займуть зрозумілу позицію, і разом з українцями будуть робити щось для перемоги у війні. Сьогодні споживач надають перевагу брендам, що підтримують культуру, цитують український класиків, донатять на армію та продовжують працювати під час війни, не дивлячись ні на що.

Список використаних джерел:

1. Відомі техніки продажів. URL: <https://lemarbet.com/ua/instrument-idej/tehniki-prodazh-o-prodazhah/> (дата звернення 14.11.2023)
2. Інформація про Spin-продажі. URL: <https://fractus.com.ua/uk/blog/korynsni-statti/prodazhi/spin-prodazhi-ta-sekreti-ihnego-vtilennya/> (дата звернення 14.11.2023)
3. Стан українського бізнесу в умовах війни. URL: <https://thepage.ua/ua/economy/stan-ukrayinskogo-biznesu-v-umovah-vijni-doslidzhennya/> (дата звернення 15.11.2023)
4. Адаптування українського бізнесу до нових ринкових умов під час воєнного стану. URL: <https://helpcrunch.com/blog/uk/ukrainskyi-biznes-pid-chas-voiennoho-stanu/> (дата звернення 15.11.2023)
5. Як змінилися цілі українського бізнесу в умовах війни. URL: <https://webpromoexperts.net/ua/blog/yak-zminilisya-cili-ukrayinskogo-biznesu-v-umovah-vijni/> (дата звернення 15.11.2023)
6. Опитування споживачів “Маркетинг під сиренами. Стратегії воєнного часу” під егідою Українського маркетинг форуму дослідницька компанія Gradus Research URL: chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefndmkaj/https://gradus.app/documents/283/Brand_activism_-_Gradus_Research_Survey_UKR.pdf (дата звернення 15.11.2023)

МЕТОДИКА ТА ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ПРОСУВАННЯМ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ

Тітова К.В.,

*здобувачка вищої освіти четвертого року навчання ОС «Бакалавр» спеціальності
«Менеджмент»*

Миколаївський національний аграрний університет

Інтернет-маркетинг набув свого розвитку на початку 90-х років, коли просування використовувалося тільки на сторінках журналів. Сьогодні Інтернет-маркетинг – це більше, ніж продаж інформаційних продуктів, він став основою просування товарів та послуг через мережі Інтернет, і дозволив охопити дуже велику аудиторію.

Сьогодні Інтернет є предметом загального інтересу та занепокоєння. Організації стикаються з новими можливостями для залучення потенційних клієнтів і новими типами конкуренції, які вимагають від них пошуку способів конкурувати за цих клієнтів. Розвиток інформаційних технологій, поява електронної комерції та стрімке зростання заклали основу для появи нового напрямку в сучасній концепції інтерактивного маркетингу – інтернет-маркетингу та, в його складі, розвитку мереж.

Інтернет-маркетинг - це комбінація інтерактивних маркетингових методів з традиційними, застосування яких передбачає задоволення потреб онлайн клієнтів. Тобто, передбачається комбінування принципів прямого маркетингу з Інтернет-технологіями, застосування традиційних маркетингових методів в середовищі Інтернет та використання Інтернет-маркетингових засобів в рамках маркетингових стратегій.

Основна мета Інтернет-маркетингу – перетворити відвідувачів сайту на клієнтів і збільшити прибуток. Використання Інтернет-маркетингу зазвичай відноситься до використання методів прямого маркетингу, які часто використовуються в прямій поштової розсилці, радіо- та телевізійній рекламі, тільки в цьому випадку він використовується в Інтернеті [4].

Можливості просування в мережі Інтернет практично нічим не обмежені. Ринок такої реклами зростає і розвивається найбільш інтенсивними темпами. З'являються нові технології, такі як анімація, візуальні і аудіоефекти, ефект

інтерактивної присутності, 3D-графіка і інше. Якщо потенційний клієнт висловив зацікавленість в продукті, то його необхідно направити на сайт компанії або через мережу відповісти на всі пропозиції, питання і дати необхідні ресурси. У разі, якщо пропоновані послуги і товари в цілому не будуть цікаві обраній аудиторії, то робота по просуванню матиме вкрай низьку результативність.

Поширене використання послуг Інтернет-маркетингу включає оголошення та банерну рекламу, SEO-оптимізацію, SMM-кампанії, вірусний і партизанський маркетинг, а також онлайн-мережі.

До безкоштовних методів просуванням інтернет-магазину відноситься:

- вірусний маркетинг, тобто створення постів або відео, якими захоче поділитися максимально можлива кількість користувачів соціальних мереж;
- поширення медіа-контенту, доповненого назвою бренду або адресою рекламованого ресурсу;
- створення спільнот, груп. Даний метод є найбільш поширеним. Багато соціальних мереж дозволяють створювати всілякі спільноти за інтересами. Запрошення в них учасників соціальних мереж дає можливість привернути увагу потенційних клієнтів.

Основними платними методами є:

- конкурси. Проведення різноманітних акцій, конкурсів дозволить активізувати цільову аудиторію;
- реклама в інтернет-додатках. У кожній соціальній мережі багато різних додатків. До них відносяться програми для створення зображень, аватарок, а також ігор;
- таргетована реклама. Це найпопулярніший тип платної реклами в соціальних мережах. Демонструючи рекламу користувачам, які живуть в певній країні, місті або вулиці з певними інтересами, дозволяє зацікавити тих людей, яким напевно потрібні пропоновані продукти або послуги.

Найпоширенішим способом просування з перерахованих вище «витратних інструментів» є саме таргетинг. Цей термін походить від англ. «Target», що в переклад означає «мета» - це рекламний механізм, що дозволяє виділити зі всієї наявної аудиторії тільки ту частину, яка задовольняє заданим критеріям (цільову аудиторію), і показати рекламу саме їй [5].

Фактично, завдяки цьому інструменту, можна сфокусувати кампанію настільки глибоко, наскільки буде можливо. Так як користувачі вже самі при реєстрації в соціальній мережі залишили необхідну інформацію для внесення їх

в базу потенційних покупців. Зазвичай, це стать, вік, місце проживання, інтереси, освіта, сімейний стан та ін.

Виходячи з інтегрованих комунікацій маркетингу у стратегії digital може грати одну або кілька ролей:

- 1) посилювати офлайн: додаткові можливості для впливу на ту ж саму цифрову аудиторію;
- 2) доповнювати офлайн: впливати на цифрову аудиторію, яку погано «дістає» офлайн;
- 3) розширювати офлайн: впливати в ситуаціях, коли офлайн не ефективний для бренду або на нього немає рекламного бюджету.

Таким чином, Інтернет-маркетинг на даний момент є одним із найперспективніших напрямків маркетингового комплексу. Цей процес розвивається дедалі активніше, незважаючи на економічну кризу та певні зовнішні та внутрішні перешкоди. Інструменти інтернет-маркетингу можна розділити на наступні комплекси: WEB, що включає створення, програмування, дизайн та аналіз сайтів; SEM або пошукова реклама, включаючи пошукову оптимізацію та контекстну рекламу. SMM, тобто персоналізація та оптимізація реклами в соціальних мережах. Використання Інтернет-маркетингу в сучасних умовах дозволяє скоротити маркетингові витрати, розширити клієнтську базу компанії, підвищити ефективність реклами, а головне досягти ефективного таргетингу. Таким чином, просування в інтернет-маркетингі дозволяє спрямувати маркетингові зусилля бізнесу в правильному напрямку та заощадити час і ресурси на визначенні та задоволенні цільової аудиторії.

Список використаних джерел:

1. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України: статистичний бюлетень. Київ: Державна служба статистики України, 2019. 44 с.
2. Шевченко А.В., Марчук В.В. Особливості управління попитом на основі цифрових маркетингових технологій. Проблеми системного підходу в економіці. Вип. 3(89), 2022. С. 177-183
3. Артюхіна М. В., Попова Г. В. Соціальний потенціал організації: сутність та управління інструментами SMM-маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 1. С. 52-61. 5.
4. Петропавловська С.В., Ковтун К.Ю. Маркетингові комунікації в мережі Інтернет як інноваційний інструмент стратегії просування. Науковий вісник ПУЕТ. Серія: «Економічні науки». Вип. 3 (104), 2021. С.96-116
5. Фісун Ю.В., Борисенко О.С., Ярмолюк О.Я. Інноваційні підходи проведення маркетингових досліджень сучасних підприємств. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. Науково-виробничий журнал. Запоріжжя.: КПУ, 2022. Вип. 2(125). С.99-103. URL: <http://www.econom.stateandregions.zp.ua>

СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ СУБ'ЄКТІВ ЗЕД НА ЗОВНІШНІ РИНКИ В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ЛІБЕРАЛІЗАЦІЇ

Ткач О.В.,

д.е.н., професор кафедри менеджменту і маркетингу

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Враховуючи поглиблення процесів європейської інтеграції, головним викликом для національних підприємств є недостатній рівень конкурентоспроможності продукції. Крім того, активізація зовнішньоекономічної діяльності неможлива без вирішення проблеми відповідності їхньої продукції стандартам та вимогам, що діють в країнах-членах ЄС. Інтеграція в Європейський Союз для окремих вітчизняних виробників пов'язана з вирішенням низки питань, пов'язаних із виходом на європейський ринок власних товарів, з одного боку, та необхідністю протидії витісненню їх з внутрішнього ринку міжнародними, більш потужними компаніями. Водночас вітчизняні виробники мають певні резерви для підвищення конкурентоспроможності виробництва. Однак активізація зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств неможлива без вирішення ряду організаційно-економічних проблем, а саме: прискорене оновлення виробничих фондів; впровадження нових технологій виробництва; підвищення конкурентоспроможності виробленої продукції шляхом приведення її якості до стандартів та вимог ЄС; підвищення наукоємності та зменшення споживання матеріалу та енергії вітчизняного виробництва тощо. Для трансформаційної економіки важливо створити умови для прискореного переходу національного виробництва до вимог ЄС та отримати європейські сертифікати на товари, вироблені в Україні; широке застосування сучасних досягнень маркетингу та менеджменту на підприємствах з тенденцією до використання передових технологій просування товарів на зовнішніх ринках; державна підтримка та стимулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємства; створення єдиної державної мережі зовнішньоекономічної інформації тощо [1].

Розробляючи свої зовнішньоторговельні стратегії в нових економічних умовах, національним підприємствам необхідно докорінно перебудувати не тільки зовнішню структуру відносин, а й здійснити внутрішні організаційні, економічні та виробничі зміни. Такі перетворення зумовлені поточними інтеграційними процесами та реформуванням національної економіки.

Одним із шляхів виходу з кризи для національних підприємств є інтеграція та поглиблення співпраці з Європейським Союзом. Ці країни характеризуються переважанням наукоємних виробництв та інтелектуальної праці у створенні валового внутрішнього продукту, використанні нових технологій в економічному житті та зростанні ролі інформаційної інфраструктури в системі суспільного відтворення. Глобалізація та

інтернаціоналізація економічних процесів призводить до необхідності створення умов для ефективної співпраці між підприємствами та споживачами їх продукції з різних країн у юридичному та технічному плані. Поглиблення співпраці, заснованої на використанні інформаційних технологій як найбільш доступного та ефективного засобу їх реалізації, вимагає створення правил, які будуть визнані усіма учасниками відносин та вдосконалення ринкової інфраструктури. Актуальність дослідження можливостей співпраці "Україна - ЄС" обґрунтовується значним потенціалом потенційної співпраці з мінімальним рівнем її реалізації, відсутністю правил, регламентів щодо цього процесу, неефективністю та низьким рівнем розвитку існуючої комунікаційної інфраструктури в Україні [2].

Передумовою для розробки стратегії інформаційного забезпечення збутової політики компанії в контексті європейської інтеграції має бути визначення напрямків вдосконалення інформаційного забезпечення управлінських рішень міжнародного економічного співробітництва, а також вирішення проблеми оцінки її сучасний стан. Для визначення стратегії виходу на зовнішні ринки потрібна комплексна інформаційна підтримка, що включає систему показників, що дозволяють оцінити умови ефективності на конкретному зовнішньому ринку.

На ефективно функціонуючому підприємстві існує велика кількість показників (показників), які використовуються для оцінки ефективності його структурного підрозділу та функціональної підсистеми. В основному це показники економічної діяльності підприємства, які стосуються його внутрішнього та зовнішнього середовища. Таким чином, перед керівництвом компанії стоїть складне завдання: виявити системні показники оцінки ефективності управлінських рішень та реалізації при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.

Більшість вітчизняних компаній не приділяють належної уваги чіткому формулюванню своєї стратегії та визначенню основних стратегічних напрямків, і як показує практика, для них основною стратегічною метою (незалежно від того, функціонують вони на внутрішньому чи зовнішньому ринках) є лише збільшення значення, тобто. два стратегічні напрямки - зростання продуктивності праці та зростання доходів [3].

Ефективність стратегії проникнення національного підприємства на зовнішній (європейський) ринок залежить від повноти віх внутрішніх та зовнішніх факторів та наявності достовірної та актуальної інформації про їх стан. У цьому випадку необхідно враховувати наступні загальні тенденції та специфіку їх розвитку. Перш за все, для переважної більшості вітчизняних підприємств важливо модернізувати свої основні фонди (високий рівень фізичного зносу та застаріле обладнання). Крім того, вони потребують технологічного оновлення та зміни організаційної структури виробництва. Все це вимагає значних інвестиційних ресурсів. Однак внутрішній інвестиційний та ресурсний потенціал

країни обмежений. Відповідно, існує потреба у залученні іноземних інвестицій. Також навіть на етапі формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємству необхідно оцінити мотиви та цілі, переслідувані іноземними інвесторами. При розробці механізмів економічного співробітництва необхідно враховувати всі аспекти діяльності, які не дозволяють партнеру заблокувати або перешкоджати проникненню вітчизняних підприємств на нові ринки, виключаючи при цьому з конкуренції його перспективні товари [4].

Згідно з ендогенною теорією зростання, відкриття ринків для закордонних інвесторів, обізнаних з сучасними технологіями, є швидким і безвитратним способом збільшення темпів зростання економіки. Країни- імітатори – найменш розвинуті країни – досягають конвергенції з країнами- лідерами хоча б частково за рахунок того, що копіювання технологій є значно дешевшим, ніж їхнє створення. По-друге, тісніші економічні стосунки між країнами збільшують трансмісію технологій, а, отже, дають змогу уникати проведення зайвих досліджень. По-третє, міжнародна інтеграція секторів, які характеризуються зростаючим ефектом від масштабу, збільшує виробництво без зайвих затрат сировини. По-четверте, відкритість торгівлі зменшує цінові деформації, перерозподіляючи ресурси та забезпечуючи вищу ефективність.

Список використаних джерел:

1. Бригадир В. О., Сохацька О. М. Соціально-економічна стратифікація країн Європейського Союзу: регіональний аспект // Регіональні перетворення у світовому та українському вимірах: монографія / за наук. ред. А. І. Крисоватого, Є. В. Савельєва. Тернопіль: ТНЕУ. 2016. С. 129–142.
2. Зовнішня торгівля України: XXI століття: монографія / А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник, Н. О. Іксарова та ін.; за ред. А. А. Мазаракі; Київ: КНТЕУ, 2016. 599 с.
3. Кирилич Х. Концепційний вимір проблеми нерівномірності економічного розвитку світового господарства. Вісник Одеського університету. Сер. Економіка. 2014. Т. 18. Вип. 4/2. С. 43–46.
4. Особливості зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств в умовах євроінтеграції. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.ua/archive/18_3_2018ua/4.pdf. Інфографіка U open EU про структуру та вартість експорту українських послуг до країн ЄС у 2017 році URL: <https://eu-ua.org/infografika/infografika-u-open-eu-prostrukturu-ta-vartist-eksportu-ukrayinskyh-poslug-do-krayin-yes>

ПАРАДИГМА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Ткач О.В.,

д.е.н., професор кафедри менеджменту і маркетингу

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Приймак Л.В.,

*магістрант спеціальності 073 Менеджмент, ОП Менеджмент організацій і
адміністрування*

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Проблеми системи охорони здоров'я не тільки добре відомі тим, хто працює в галузі, але й пересічним громадянам, які стикаються з сучасною медициною, тому сьогодні гостро стоїть завдання інтеграції зусиль усіх служб і підрозділів медичних організацій для реалізації комплексного підходу надання медичної допомоги. Управління якістю в охороні здоров'я визначається як система, яка встановлює та регулює політику, цілі, обов'язки, процеси планування, способи контролю, забезпечення та поліпшення якості медицини. Організація систем відрізняється у більшості країн через відсутність вичерпних і загальних стандартів. Найефективнішими вважаються методики оцінки результату проведених аудитів закладів охорони здоров'я (ЗОЗ). Якість медичної допомоги є одним з найбільш обговорюваних аспектів політики охорони здоров'я, і в даний час вона займає важливе місце в порядку денному політиків національного, європейського та міжнародного рівнів. Національний рівень визначення проблем якості охорони здоров'я може бути мотивований різними причинами – починаючи від загальних потреб населення і до надання високоякісних медичних послуг як суспільного блага. Також велику роль відіграє привернення уваги до результатів медичних інновацій у контексті популярних ідей охорони здоров'я, сформованих на основі базових питань, що застосовуються для виявлення конкретних проблем якості охорони здоров'я [1].

Керування процесами передбачає прозорість та можливість вимірювання, але специфічність медичної діяльності та індивідуальні відмінності пацієнтів створюють проблеми при визначенні методів, які застосовуються для проведення аудитів і процесів управління якістю медичних послуг. Існує потреба розробки спеціальних систем і засобів, які призведуть до того, що керівники ЗОЗ і лікарі будуть керуватися принципам забезпечення високого рівня якості медичних послуг. Якість медичних послуг, що надаються населенню, гарантується різними способами, тому часто при розробці та виборі методології управління якістю в медицині виникають проблеми, які необхідно враховувати.

Управління – це цілеспрямований, поступальний процес, що забезпечує ефективне функціонування системи і її розвиток в певних умовах при наявних ресурсах. Управління – це наука, мистецтво, професія і діяльність. Управління як вид діяльності в тій чи іншій мірі

здійснюється кожною людиною, яка приймає і реалізує прийняті рішення щодо себе особисто, своєї сім'ї, освіти, роботи, відпочинку тощо. Для менеджера управління є професійною діяльністю. В даний час поняття «управління» і «менеджмент» найчастіше використовуються як ідентичні, взаємозамінні. Управління закладом сфери охорони здоров'я (далі ЗСОЗ) – це менеджмент, об'єктом якого є складна, відкрита динамічна система. Сама специфіка об'єкта робить управління ним надзвичайно складним. Слід вказати, що управління медичною організацією є ключовою проблемою ефективного функціонування системи охорони здоров'я. Від правильно обраної концепції управління та практичної її реалізації залежить стан господарюючого суб'єкта, динаміка його розвитку і кінцеві результати діяльності (якість медичних послуг, зниження захворюваності населення, підвищення економічної ефективності тощо) [2]. Досягнення цих цілей залежить багато в чому від належної підготовки, підбору та розстановки кадрів, які повинні вибрати потрібну систему, принципи, методи та стиль управління, необхідні для керівництва організацією. Слід зазначити, що сьогодні суб'єкт управління – менеджер (зав. кабінетом, відділенням, головний лікар, керівник управління) в процесі управління виконує п'ять основних функцій: планування, організацію, координацію, мотивацію, контроль.

Реформа вторинної ланки системи охорони здоров'я активно розпочалась понад рік тому. Причому ця реформа припала на непростий час пандемії коронавірусу, коли багато медичних систем у світі дуже по-різному справлялись з питаннями подолання наслідків даної пандемії.

Звичайно, що з реформуванням медицини завжди виникають потреби стати кращим, успішнішим, ефективнішим та дієвішим закладом охорони здоров'я, орієнтованим на потреби пацієнта та на кращу медичну практику.

Задоволеність замовника (пацієнта) базується на потребах та очікуваннях, а це і є загальною метою сфери охорони здоров'я. Тому медичний заклад повинен розглядати усі організовані ним процеси з точки зору доданої цінності. Що є доданою цінністю в основних процесах, які ідентифікує заклад, тобто в клінічних процесах? Відповідь очевидна: позитивний вплив на здоров'я пацієнта. При цьому потрібно зазначити, що управління клінічним ризиком у закладі є ключовою складовою системи менеджменту якості даного закладу. А чи має медичний заклад вироблені системні підходи для того, щоб демонструвати свою спроможність надавати якісні медичні послуги – відповідь не завжди очевидна.

Тому у вітчизняній практиці є актуальним питання сертифікації системи управління якістю (системи менеджменту якості) перш за все для тих медичних закладів, керівництво яких заявляє ці заклади на вищу акредитаційну категорію (хоча як така процедура акредитації є добровільною процедурою). Тобто такі медичні заклади одержують вищу акредитаційну категорію за обов'язкової умови наявності сертифіката про відповідність

системи управління якістю, впроваджені у даному закладі, вимогам національного стандарту ДСТУ ISO 9001:2015 "Системи управління якістю. Вимоги" [3].

Підвищення ефективності охорони здоров'я як системи повинно реалізовуватися через поліпшення якості управління, а отже, реформи медицини необхідно починати з переосмислення ролі та функцій менеджменту. Конструктивний менеджмент, підкріплений знанням економіки, повинен бути центром будь-якої реформи в охороні здоров'я, що включає в себе все необхідне для поліпшення здоров'я населення без підвищення ціни медичних послуг. Необхідність впровадження методів сучасного менеджменту в практику вітчизняної охорони здоров'я набуває все більшої актуальності і пов'язана з орієнтацією країни на розвиток ринкових відносин. Тому роль організатора охорони здоров'я, яка була провідною в управлінні медичними установами минулих часів, змінюється на роль менеджера, керуючого ввіреній йому організацією в умовах ринкової економіки. Однак перехід до управління охороною здоров'я з позицій сучасного менеджменту ускладнюється низкою особливостей [4]

На сьогоднішній день в Україні створено досить потужну законодавчоправову основу управління закладом сфери охорони здоров'я. Дану основу системо утворюють Конституція України, закони та підзаконні акти, а також міжнародні акти, що ратифіковані ВРУ.

Список використаних джерел:

1. Державна політика у сфері охорони здоров'я : кол. моногр.: у 2 ч. / [кол. авт. ; упоряд. проф. Я. Ф. Радиш ; передм. та заг.ред. проф. М. М. Білінської, проф. Я. Ф. Радиша]. К. : НАДУ, 2013. Ч. 1. 396 с.
2. Гомон Д.О. Адміністративно-правове та організаційне забезпечення охорони здоров'я в Україні: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.07. Одеса, 2018. 250 с.
3. Концепція нової системи охорони здоров'я / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://moz.gov.ua/docfiles/Pro_20140527_0_dod.pdf. – Назва з екрана.
4. Мартинюк О.А., Курдибанська Н.Ф. Впровадження системи управління якістю в медичних закладах. Причорноморські економічні студії. 2016. Вип. 6. С. 75-79
5. Стефанишин Л.С. Теоретико-методичні основи застосування партисипативного управління закладом охорони здоров'я. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2019. № 3. С. 160-166.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПОРТФЕЛЯМИ БАНКІВ

*Худик М.С.,
студентка спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника*

В умовах війни, що характеризуються фінансовою невизначеністю, високою інфляцією, підвищенням процентних ставок, банки, як і інші суб'єкти господарювання, стикнулися з високими ризиками втрати прибутку. Якісне проведення банками активних операцій неможливе без здійснення ними інвестиційної діяльності. Отже, актуальним стало питання забезпечення ефективного управління інвестиційними портфелями банків.

Портфель цінних паперів (інвестиційний портфель) являє собою сукупність

придбаних банком цінних паперів, право на володіння, користування та розпорядження якими належить банку та які згруповані за їх типами та призначенням. Банки вкладають кошти в цінні папери з метою досягнення ліквідності, одержання доходу, зростання вкладень, збереження коштів від цінових коливань, мінімізацію банківських ризиків [1].

Управління інвестиційними портфелями є ключовою складовою фінансової діяльності банків та водночас важливою частиною фінансової стратегії, що спрямована на максимізацію доходів. Проте, у процесі своєї інвестиційної діяльності банки стикаються з рядом ризиків, які залежать від ринкових, зовнішніх та внутрішніх факторів і впливають на ефективність та стабільність фінансових установ.

Серед таких проблем в управлінні інвестиційними портфелями банків в теперішній час можна виокремити: нестійку політично-економічну ситуацію в країні, нестабільність ринкового середовища (ринку цінних паперів), погано розвинений фондовий ринок. Це вимагає від банків оперативного реагування та адаптації своїх інвестиційних стратегій до сучасних викликів, змін у політично-економічному середовищі, щоб уникнути значних втрат.

Багато вітчизняних науковців стверджують, що на даний час ключовими проблемами залишаються погана нормативно-правова база регулювання діяльності банків на ринку цінних паперів, погано розвинений фондовий ринок. Через це банки обережно формують свої інвестиційні портфелі, обережно провадять інвестиційну політику. Також прийняття обґрунтованих рішень щодо управління портфелем може стати неможливим через недостатність якісної та достовірної інформації про ринки та інвестиційні можливості.

До переліку проблем, що виникають при управлінні портфелями фінансових інвестицій вітчизняних банків можна також віднести регуляторні обмеження НБУ. Якщо кількість вимог і нормативів щодо операцій з цінними паперами буде зростати, це ускладнюватиме процес управління портфелем.

У сучасному світі перед банками для ефективного інвестиційного управління постають ще й технологічні виклики. Прогресивний технологічний розвиток (блокчейн, фінтех) створює нові можливості, але водночас вимагає розробки банками інноваційних рішень для забезпечення конкурентоспроможності.

Тому в складних умовах банки переорієнтовуються на цінні папери з низьким ризиком та стійкі до ринкових коливань. Згідно з даними «Звіту про фінансову стабільність» НБУ попри збитки від війни, діяльність банківської системи загалом була прибутковою у 2022, а у 2023 році прибутки зросли. Основна причина – високі процентні доходи від вкладень у високоліквідні активи [2].

Наразі банки активно вкладають кошти в депозитні сертифікати НБУ та облігації внутрішніх державних позик, оскільки вони є найменш ризиковими інструментами. Так,

станом на 01.08.2023 року у сукупності банківські установи вклали 304,877 млрд гривень у депсертифікати НБУ. При цьому, розмір вкладень у військові облигації та облигації внутрішніх державних позик становить 559,20 млрд гривень.

Такі обсяги вкладень засвідчують, дані активи практично є основними у структурі цінних паперів банків. Окрім цього, торгівля облигаціями на вторинному ринку також забезпечує пристойну суму доходів банкам. А зважаючи на те, що НБУ додав до переліку бенчмарк-ОВДП облигації, які Мінфін почав розміщувати з 25 липня, і з 11 серпня 2023 року вони зараховуються у покриття нормативу резервування, активність банків на аукціонах Мінфіну з розміщення ОВДП збережеться на високому рівні [3].

Деякі вітчизняні науковці вважають, що однією з ключових проблем монетарної сфери в Україні є пріоритетність для банків високодохідних інвестицій у державні цінні папери. Розв'язання цієї проблеми передбачає, зокрема, зниження доходності депозитних сертифікатів НБУ, напрацювання для банків альтернативних пропозицій для інвестування надлишкової ліквідності, визначення меж участі банків у купівлі ОВДП [4].

Незважаючи на те, що управління інвестиційними портфелями банків у сучасних умовах є викликом, проте воно відкриває нові можливості для розвитку та росту. Враховуючи численність ризиків, які ускладнюють інвестиційну діяльність, банківським установам для ефективного управління портфелями цінних паперів, перш за все, необхідно визначити пріоритетні цілі на даний час, щоб переслідувати конкретну мету інвестицій, адже досягти одночасно всіх цілей неможливо.

Саме тому, вони повинні сформувані власну інвестиційну політику, тобто правила для досягнення запланованих цілей, при цьому враховуючи співвідношення рівня ризику із рівнем доходності цінних паперів, в які будуть вкладатися кошти. Важливо дослідити, які ризики мають найбільший вплив та розробити методи управління ними.

Також банки повинні активно розвивати стратегії диверсифікації вкладень, інвестуючи в різні види цінних паперів з різним рівнем якості, що допоможе зменшити ризик та забезпечити більш стабільні прибутки. Для покращення ефективності управління інвестиційними портфелями необхідно іти в ногу з часом, а отже застосовувати новітні технології для аналізу даних, прогнозування ринків та автоматизації процесів, встановлювати партнерства із технологічними компаніями та фінтех-стартапами, що може забезпечити банкам конкурентоспроможність та впровадження інноваційних рішень.

Оскільки ситуація на фінансових ринках несприятлива для здійснення фінансового інвестування, у банках мають бути створені спеціальні підрозділи постійного моніторингу та контролю за рухом фондового ринку, щоб забезпечити систематичний аналіз портфеля для ідентифікації потенційних джерел ризику та вчасного і оперативного реагування на зміни в ринкових умовах, прийняття обґрунтованих рішень щодо управління портфелем.

Ці заходи допоможуть банкам у подоланні проблем та створенні більш стійкої та ефективної системи управління інвестиційними портфелями.

Список використаних джерел:

1. Озерчук О. В. Управління інвестиційним портфелем банків в Україні: теоретичні та прикладні аспекти. Наукові праці НДФІ. 2019. № 1 (86). С. 130–145.
2. Звіт про фінансову стабільність, червень 2023 року / Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/finansoviy-sektor-uspishno-adaptuvavsya-do-roboti-v-skladnih-umovah--zvit-pro-finansovu-stabilnist>.
3. Огляд банківського сектору, листопад 2023 року / Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/oglyad-bankivskogo-sektoru-listopad-2023-roku>.
4. Національний інститут стратегічних досліджень / Банківська система України станом на квітень 2023 року. Досягнення, проблеми, можливості. URL: <https://niss.gov.ua/news/novyny-nisd/bankivska-systema-ukrayiny-standom-na-kviten-2023-roku-dosyahnennya-problemy>.

**ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ
ОРГАНІЗАЦІЇ**

Шурпа С. Я.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту і маркетингу,

Халак М. С.

магістрант кафедри менеджменту і маркетингу

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Діяльність у сфері маркетингу є керівним процесом, зосередженим на розширенні ринку товарів, послуг та робочої сили. Це відбувається через оцінку споживчих потреб та реалізацію відповідних заходів для їх задоволення. Така діяльність координує виробничі та дистрибуційні можливості та визначає необхідні дії для реалізації товарів або послуг кінцевим користувачам.

Робота з маркетингом включає визначення конкретних і актуальних стратегічних цілей, планування шляхів до їх досягнення, обумовлюючи реальні економічні ресурси. Вона також включає визначення асортименту виробленої продукції, її якості, пріоритетів, оптимальної структури виробництва та очікуваного прибутку. Таким чином, ми бачимо, що маркетинг визначає технологічну та виробничу політику, а також несе користь, контролюючи все господарське життя підприємства.

Любий план розвитку бізнесу, включаючи ввведення нових напрямків, визначення цілей і стратегій, повинен базуватися на поєднанні бізнес-моделі з ринковими вимогами. Маркетинг повинен підкреслювати розвиток у вибраному напрямку, віддзеркалюючи головну місію компанії.

В розробці підприємства важливе місце посідає аналіз впливу внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища на його діяльність, вивчення потреб споживачів, продаж продукції, стимулювання продажів, удосконалення сервісу в торгових компаніях. Все це визначає важливість вдосконалення маркетингової діяльності для компанії загалом.

Діяльність маркетингу на підприємстві базується на реальних даних і фактах, що допомагає визначити основний напрямок роботи підприємства та забезпечити досягнення довгострокових цілей.

У сучасному світі важлива роль належить конкурентній боротьбі за клієнтів. Конкуренція сприяє покращенню ефективності і створенню економічної вигоди.

На основі глибокого розуміння ринкових потреб та можливостей самого підприємства визначаються нові напрямки бізнесу. Відповідна реакція на ринкові вимоги та ефективне використання внутрішніх ресурсів компанії є ключовими факторами успіху при входженні на нові ринки.

Місце маркетингу в цих процесах полягає в підтримці та розвитку підприємства в обраному напрямку, віддзеркалюючи його загальну місію.

Маркетинг є інструментом, який дозволяє ефективно управляти діяльністю підприємства, адаптуючись до змін споживчого ринку. Він допомагає визначити потреби споживачів, координувати виробництво та поставки товарів та послуг, визначати стратегії зростання та розробляти нові напрямки бізнесу. Окрім цього, маркетинг є ключовим елементом у конкурентній боротьбі, оскільки він сприяє підвищенню ефективності підприємства та створенню економічної вигоди. Тому, належне використання маркетингу підвищує шанси компанії на успіх у довготривалій перспективі.

Отже, маркетингова діяльність підприємства спрямована на встановлення конкретних поточних і довгострокових (стратегічних) цілей, шляхів їх досягнення та реальних джерел економічної діяльності, ресурсів, визначення асортименту та якості продукції, її пріоритетів, оптимальної структури виробництва та бажаного прибутку. .

Маркетинг — це функція, яка визначає техніко-виробничу політику підприємства, стиль і спосіб ведення всієї господарської діяльності.

Конкурентоспроможність описує позицію конкретної компанії на у внутрішніх і зовнішніх конкурентних ринках, формовану економічними, соціальними та політичними факторами, а також її здатність протистояти міжнародній конкуренції на вітчизняному та зовнішніх ринках.

Унікальність системи управління конкурентоспроможністю підприємства полягає в її структурованому комплексі єдиних блоків, які взаємодіють між собою та піддаються впливу зовнішніх та внутрішніх факторів, формуючи в результаті цілісну багатфункціональну і багатогранну систему.

Управління конкурентоспроможністю вимагає стратегічного підходу, включаючи прогнозування можливих загроз конкуренції, аналіз конкурентного ландшафту в секторі та на ринку, оцінку ринкової позиції підприємства та його конкурентів, розробку

стратегій для зменшення негативного впливу конкурентної боротьби і використання конкурентних механізмів для подальшого розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Старостіна А. Маркетинг: підручник / за ред. А.О. Старостіної. Київ: Знання, 2009. 1070 с.
2. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг: навч. посібник. К. : КНЕУ, 2005. 152 с.
3. Лилик І.В. Маркетинг в Українській економіці. Монографія, Київ, Вид. КНЕУ, 2008, 237 с.
4. Жегус О. Маркетингові дослідження :навчальний посібник Х.: ФОП Іванченко І.С., 2016. 237 с.

ПСИХОЛОГІЧНІ НАСЛІДКИ ВІЙНИ НА СПОЖИВЧУ АКТИВНІСТЬ ТА ВИБІР ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

Шурпа С.Я.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту і маркетингу

Чорній О.В.

магістрантка кафедри менеджменту і маркетингу

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Дослідження психологічних аспектів поведінки споживачів є основним елементом для розуміння їхніх потреб. У звичайних умовах це вже є складним завданням для маркетологів, а в період повномасштабного вторгнення це стає ще більш актуальною та важливою задачею. Вивчення стану купівельної активності споживачів під час війни є необхідним не лише з точки зору бізнес-перспективи, а й соціальної відповідальності та підтримки населення.

З початком війни споживча поведінка зазнала суттєвих змін під впливом психологічних факторів, таких як тривога, страх, невизначеність та емоційна напруга. У зв'язку з цими подіями виникає питання про те, як саме ці психологічні труднощі впливають на вибір товарів та послуг, на їх сприйняття та ціннісні орієнтири споживачів. В даному контексті важливо розглянути як війна формує нові психологічні реакції, впливаючи на споживчу активність та взаємодію споживача на ринку.

Як зазначається в дослідженнях Info Sapiens «Споживчі настрої в Україні» у жовтні 2023 року Індекс споживчих настроїв українців знизився на 2.8 пункти та становить 79,9 пункти [1]. Даний результат свідчить про погіршення споживчих настроїв українців в наслідок тривалої війни. Падіння обумовлене зменшенням всіх складових, таких як індекс поточного матеріального становища суспільства, який і надалі швидко зменшується, а також індекс очікуваного розвитку економіки.

Початок повномасштабної війни спричинив значний вплив на психологічний стан українців, викликаючи ряд емоційних реакцій, які відіграли ключову роль у зміні їхньої споживчої поведінки. Невизначеність щодо того, яким буде економічне майбутнє, підсилює ефекти тривоги та страху.

В умовах війни споживачі не мають чітких вказівок для прийняття рішень щодо витрат, і це призводить до зволікань та утримання від покупок. Емоційна напруга також грає свою роль у цьому контексті. Сприймаючи загрозу та переживаючи страх, люди можуть

відчувати психологічний тиск, який стимулює їх до змін у способі життя. Реакція на емоційну напругу включає в себе зниження витрат та обмеження на найнеобхідніші покупки. Дослідження показали, що більше споживачів планують покупки заздалегідь (76%), і лише 15% громадян приймають рішення про купівлю товару безпосереднього у точці продажу, тобто купляють його спонтанно. Брак роботи (37% населення залишаються непрацевлаштованими) та зниження рівня доходів, про яке заявляє 78% громадян, змушують їх купувати дешевші бренди (64% опитаних). Лише 18% українців можуть дозволити собі купувати дорожчі бренди [2].

Зараз не менш важливим для маркетологів стало створення рекламних повідомлення та маркетингові стратегії, які повинні враховувати психологічний стан споживачів, що зазнають стресу, тривоги та невизначеності. Адаптація цих стратегій може забезпечити ефективне спілкування з аудиторією та створення позитивного враження про бренд.

Отже, вивчення психологічних аспектів поведінки споживачів в умовах війни є надзвичайно важливим завданням для маркетологів та підприємців. Уміння адаптувати маркетингові стратегії та менеджмент організації до змін поведінки споживачів в період нестабільності може стати вирішальним фактором успіху компанії. Тим не менш, маркетологи, які здатні швидко реагувати на психологічні та соціокультурні трансформації споживачів, мають змогу не тільки утримувати свою аудиторію але й прийати позитивним змінам у настоях населення через свої товари та комунікаційні стратегії.

Список використаних джерел

1. Споживчі настрої в Україні, жовтень 2023 р. URL: <https://www.sapiens.com.ua/ua/other-research-single-page?id=292>
2. Сила брендів, підтримка українського та ще більша раціоналізація попиту — як війна змінила споживчу поведінку українців у 2022 р. URL: <https://news.finance.ua/ua/yak-viyna-vplynula-na-spozhyvchi-paterny-ukrainciv-doslidzhennya>

ОСОБЛИВОСТІ ТАРГЕТИНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Шурпа С.Я.

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту і маркетингу

Якібчук І.В.

магістрантка кафедри менеджменту і маркетингу

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

В сучасних умовах, кожне підприємство, кожна компанія, кожен бренд повинні створювати рекламні кампанії в мережі Інтернет, оскільки онлайн став невід'ємною частиною життя кожної людини. Це не тільки дозволить залишатись конкурентноспроможним на ринку, але й відкриває широкий спектр можливостей для просування своїх товарів чи послуг.

Створення веб-сайту, пошукова оптимізація (SEO), Інтернет-реклама (банери, push-повідомлення та розсилки), маркетинг у соціальних медіа, e-mail-маркетинг – це

загальноприйнятій складові Інтернет-маркетингу. Кожна з цих складових переплітається із іншою, доповнює та впливає на інші, еволюціонує у нові форми, доповнюючись новими елементами [1].

Таргетована реклама або «таргет» – в загальному, це реклама, котра відображається для конкретної цільової аудиторії. Основна інформація, ґрунтуючись на якій показуються оголошення, береться із загальнодоступних даних з профілів користувачів. Іншими словами, таргетована реклама це направлений вплив на бажаного користувача, котрий з великою ймовірністю буде безпосередньо зацікавлений товаром, пропозицією чи послугою.

Багато соціальних мереж мають вбудовані рекламні кабінети, через які доступна можливість створення власних рекламних кампаній для просування бізнесу, товару чи послуги. До прикладу, для Facebook та Instagram – це Facebook Ads Manager, який надає можливості як для налаштування реклами, так і для її аналізу, на основі різноманітних показників (метрик).

В момент формування рекламної кампанії, рекламодавці орієнтуються на різноманітні комбінації метрик, які знаходяться у вільному доступі, забезпечуючи тим самим коректне налаштування бажаної аудиторії, основні серед яких:

- охоплення – кількість користувачів, яким хоча би раз показувалось рекламне оголошення;
- покази – загальна кількість разів, коли реклама була на екрані;
- результат рекламної кампанії – вираховує, коли реклама досягла заданої мети (виставляється в налаштуваннях) [2, с. 266];
- частота – відображає, скільки разів, в середньому, людині показало оголошення;
- кількість кліків, загальна та унікальні кліки за посиланням. Унікальні кліки демонструють кількість людей, які перейшли за посиланням, в той час як кліки в загальному – це те число користувачів, що натиснули на конкретне рекламне оголошення;
- CTR (clickthrough rate) – показник «клікабельності». Він надає інформацію про те, скільки показів спонукали користувачів клікнути по рекламі. У соцмережах Facebook та Instagram, доволі хорошим показником є CTR = 2-5% [38, с. 238];
- CPC (cost per click) – відображає середню вартість одного кліку;
- CPM (cost per mille) – середня вартість тисячі кліків;
- ліди – відображає кількість людей, які виконали необхідну цільову дію (реєстрація, оформлення заявки, підписка, тощо) [3, с. 46];
- взаємодія з публікацією – підсумовує всі можливі інтеракції користувачів із рекламним оголошенням.

Загальна мета просування визначається саме від характеристики покупця – тобто цільової аудиторії. Цільова аудиторія є важливим аспектом будь-якої маркетингової

діяльності. «Її наявність у товару дозволяє сконцентруватися на конкретній групі споживачів ринку і створити для них ідеальний товар, продати його в потрібному їм місці з правильною комунікацією» [4, с. 217]. Перед розробленням стратегії необхідно проаналізувати аудиторію компанії та просегментувати її.

Для визначення найбільш ефективного просування таргетованої реклами, необхідно визначити наступні характеристики цільової аудиторії [5]: психографічні та демографічні характеристики, поведінкові патерни, проблеми та потреби. Також аналіз конкурентів та їх аудиторії дозволить визначити «покупця».

Це дозволяє врахувати інтереси та характер цільової аудиторії, і, відповідно, налаштувати таргетинг. Серед базових типів націлювання рекламної кампанії, можна виділити: націлювання на основі тем, контекстуальне, соціодемографічне, географічне націлення та націлювання на поведінку.

Для відповідної аудиторії, необхідно створювати відповідні оголошення – креативи (попадаються користувачу у додатку, на веб-сторінках або інших ресурсах). Це може бути графічним елементом, відео, аудіо тощо. Його основне завдання полягає у тому, щоб привернути увагу людини, котра її побачить, заохотити її ознайомитися з рекламним продуктом/послугою/товаром, зацікавити настільки, щоб вона перейшла за посиланням та реалізувала потрібну дію.

В загальному, для більшої результативності проведених рекламних кампаній, необхідно:

1. Проводити попередній аналіз рекламних компаній конкурентів з потрібною чи схожою аудиторією.
2. Використовувати кольори, які відповідають стилістиці бренду.
3. На кожну пропозицію виділяти один креатив. Не варто за одне оголошення намагатись продати користувачу всі товари чи послуги.
4. Використовувати рекламу, яку легко зрозуміти. Лаконічність тексту, стислість викладення у відео та загальна зрозумілість викладеного матеріалу сприяє до конверсій.
5. Не вказувати в рекламних креативах того, чим продукт чи послуга не володіє, іншими словами, не перебільшувати та не обманювати аудиторію.
6. Показувати сам продукт чи переваги від його використання [6].

Отже, таргетована реклама виступає у якості вкрай ефективного окремого інструменту у системі маркетингу. Її сутність полягає в виокремленні бажаних користувачів на сегменти, з подальшою орієнтацією рекламних кампаній на них. Враховуючи особливості цільової аудиторії, обираються платформи для публікацій, проробляються методи подачі інформації, створюються відповідні креативи та налаштовується таргет на визначених клієнтів у рекламному кабінеті.

Список використаних джерел

1. Даниленко М.І. Інтернет-маркетинг у готельному бізнесі: адаптація інструментів та їх впровадження. Економічний простір. 2016. № 112. С. 140-149.
2. Діброва Т. Г. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник / Т. Г. Діброва, С. О. Солнцев, К. В. Бажеріна. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. – 300 с.
3. Пилипчук В. Інтернет-маркетинг / В. Пилипчук, І. Литовченко. – Київ: Центр навчальної літератури, 2017. – 184 с.
4. Левицька Т. О., Чварков А. С. Інтелектуальна система для формування цільової аудиторії в соціальних мережах. Міжнародна конференція «Університетська наука - 2019». С. 217–218.
5. Цільова аудиторія: як її визначити і навіщо це потрібно – URL: <https://rubarbs.com/ua/article/target-audience-how-to-define-it-and-why> (дата звернення: 16.10.2023).
6. Халілов, Д. Маркетинг у соціальних мережах / Дамір Халілов. - М.: Манн, Іванов та Фербер, 2017. - 240 с.

ДОСЛІДЖЕННЯ СМАКОВИХ РЕЦЕПТОРІВ ЛЮБИТЕЛІВ КИЇВСЬКОГО ТОРТА

Юздепська А. А.

*здобувач ОП «Фінанси, банківська справа та страхування»,
ДонНУ імені Василя Стуса*

Вступ. Київський торт вишуканий та класичний десерт, який має свої коріння в українській кулінарії. Головною особливістю Київського торта є вершкова начинка, що надає йому багатий і кремовий смак. Додавання горіхів, зазвичай горіхів грецьких або горіхів пекан, дає торту хрустку текстуру та незвичайний смак. Шоколадна глазур на верхньому шарі роблять цей десерт ще смачнішим і апетитнішим. Київський торт часто асоціюється з особливими святами та урочистими заходами, і він додатково підсилює атмосферу свята. Смаки індивідуальні, і хоча Київський торт є дуже популярним, деякі можуть вважати його занадто солодким або калорійним. Усі ці аспекти роблять Київський торт популярним і вишуканим десертом, який здатен задовольнити солодкі смаки та принести задоволення на святковому столі.

Мета. Дослідження смакових характеристик та інгредієнтів, що входять до складу Київського торта, з метою визначення, що робить цей десерт таким особливим і смачним. Вивчення стратегій маркетингу, пов'язаних із Київським тортом, та його конкурентоспроможності на ринку.

Основна частина. Київський торт - це вид торта, який походить з України, а саме з міста Києва. Цей торт став популярним у середині 20-го століття і став одним із символів кулінарної спадщини України. Київський торт складається з кількох шарів бісквіту, зазвичай із горіховими начинками, з'єднаних кремом на основі вершків, вершкового масла і інших інгредієнтів. Торт часто прикрашають горіхами або шоколадом. Однією з важливих рис Київського торта є його форма, яка нагадує великий циліндр із звуженою вершиною. Київський торт володіє ніжним смаком та вишуканим виглядом. Він також став популярним у багатьох інших країнах, і ви його, можливо, зможете знайти у деяких кав'ярнях і кондитерських магазинах за межами України. Провівши опитування серед людей про київський ми можемо дізнатися їхню думку та переглянути результати.

1. Чи куштували ви колись київський торт?

З питання "Чи куштували ви колись київський торт?" видно, що 100% відповідачів заявили, що вони колись куштували київський торт, а жоден не вказав, що не куштував його. Це свідчить про те, що всі опитані мають досвід споживання київського торта, і ніхто з них не залишив питання без відповіді.

2. Чи знаєте ви, як виглядає класичний київський торт?

Аналіз питання про знання класичного вигляду київського торта показує наступне розподілення відповідей:

Так: 90.5%

Ні: 9.5%

З цього розподілення можна зробити наступні спостереження: Більшість опитаних (90.5%) заявили, що вони знають, як виглядає класичний київський торт, що свідчить про те, що цей десерт є відомим і популярним серед більшості опитаних. Тільки невелика частина опитаних (9.5%) визнали, що вони не знають, як виглядає класичний київський торт

3. Яка форма має київський торт?

Результати опитування свідчать про те, що більшість опитаних (81%) вважають, що київський торт має круглу форму. Наразі жоден з опитаних (0%) не вважає, що київський торт має трикутну форму, і лише менша частина (19%) вважає, що київський торт може мати квадратну форму. Отже, більшість опитаних асоціюють київський торт з круглою формою.

4. Як ви оцінюєте смак київського торта?

Результати опитування щодо смаку київського торта свідчать, що більшість опитаних (95,2%) оцінюють смак цього торта як дуже смачний. Це свідчить про високий рівень задоволення смаковими властивостями київського торта серед більшості опитаних. Тільки невелика частина опитаних (4,8%) висловили негативне ставлення до смаку київського торта, вважаючи його несмачним. Загальною тенденцією є те, що більшість людей мають позитивне ставлення до смаку київського торта, що свідчить про популярність цього десерту серед багатьох осіб.

5. Як часто ви споживаєте київський торт?

Результати опитування показують, що розподіл споживання київського торта відносно різноманітний серед опитаних:

- 10% опитаних споживають київський торт дуже часто, майже кожен день.
- 15% споживають його один раз на рік.
- Інші 15% споживають його один раз на місяць.
- 20% опитаних вибирають київський торт для споживання один раз в пів року.
- 40% опитаних вживають київський торт тільки на свята.

З цих результатів видно, що для багатьох людей київський торт є смаковим задоволенням, яке вони вибирають на особливі випадки або свята, але також є ті, які споживають його регулярно, включаючи щоденне споживання.

6. Як ви вважаєте, чи є київський торт популярним десертом в вашій країні?

Результати опитування щодо популярності київського торта дуже чіткі і однозначні. Усі опитані (100%) вважають, що київський торт є популярним десертом в своїй країні. Це свідчить про широку впізнаваність і прийняття цього десерту в культурі та кулінарній традиції даної країни.

Вживання київського торта пов'язане з різними традиціями та святами, які відзначаються в різних країнах. Ці традиції відрізняються в залежності від культурних звичаїв і індивідуальних вподобань, але загальною рисою є те, що київський торт є символом святкування і радості на різних святах та спеціальних подіях.

Висновок: Київський торт, вид десерту, який має свої унікальні особливості, які впливають на потреби і смаки людей. Загалом, Київський торт є смачним та насиченим десертом, який відповідає смакам багатьох людей, особливо на святкових подіях. Однак смак - це індивідуальна річ, і не всі можуть бути однаково зацікавлені цим видом десерту. Київський торт є популярним десертом, який часто подається на святкових подіях, в ресторанах та кав'ярнях як символ розкоші та вишуканості. Київський торт є важливим брендом в українській культурі та туризмі, і він часто використовується як символ України. Цей десерт має значення для українців і туристів, і він відображає традиції і культурну спадщину України. Узагальнюючи, Київський торт є важливим елементом української кухні та культури, і він підкреслює багатий смаковий досвід і історичну спадщину України.

Список використаних джерел:

1. Матеріали інформаційного сайту Roshen. URL : <https://www.roshen.com/ua>
2. Матеріали інформаційного сайту УНІАН. URL : <https://www.unian.ua/lite/holidays>
3. Матеріали інформаційного сайту Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki>

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНУ ВИРОБНИЧУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Янчук Р.В.,

*здобувач освітнього ступеня «магістр» за спеціальністю 073 «Менеджмент», кафедра менеджменту, бізнесу та маркетингових технологій
Державний університет «Житомирська політехніка»*

Будь-яке підприємство – це відкрита система, що функціонує у межах впливу багатьох факторів. Так низка факторів створює певні можливості, своєчасне використання яких дозволить підвищити ефективність управління підприємством. Деякі фактори навпаки створюють загрози існуванню підприємства. Мінімізація таких загроз є першочерговою метою для ефективного управління. Ефективний розвиток підприємств передбачає

використання виробничих ресурсів у найбільш ефективній їх комбінації.

Ефективність діяльності підприємства може бути окреслена впливом певної сукупності факторів середовища його функціонування. Фактори формування та розвитку підприємства діляться на дві великі групи – на внутрішні та зовнішні.

Внутрішні чинники мають ґрунтуватися на визначенні та формуванні системи ресурсного забезпечення діяльності підприємства. Факторами внутрішнього середовища підприємство може ефективно управляти, тобто це чинники самого підприємства, що складаються із процесів забезпечення діяльності та управління, а чинники, що належать до зовнішнього середовища, підприємство може використовувати у процесі розробки стратегії розвитку та освоєння нових ринків, до них можна віднести макро- та мікрооточення підприємства [2].

Макросередовище охоплює матеріально-технічні й економічні умови, суспільні відносини та інші чинники, що впливають на діяльність підприємства опосередковано. До них належать демографічні, економічні, політичні та інші чинники, що постійно змінюються та є джерелом постійного занепокоєння для фірми.

Основними характеристиками зовнішнього середовища є взаємозв'язок та взаємообумовленість його факторів, складність, рухливість і невизначеність. Жоден з факторів зовнішнього середовища підприємства не можна розглядати окремо. При цьому взаємозалежність між окремими силами в зовнішньому оточенні бізнесу постійно зростає [1].

Оскільки ефективність управління завжди припускає існування двох груп факторів впливу, внутрішньої та зовнішньої, то говорити про ефективність управління, спираючись на дотримання тільки чинників зовнішнього середовища є неправильним. Таким чином, група факторів впливу на результативність управління є внутрішня ефективність, яка визначається чинниками внутрішнього середовища, та є не менш важливою.

Внутрішнє середовище підприємства являє собою сукупність внутрішніх факторів, які безпосередньо впливають на функціонування підприємства. Внутрішнє середовище підприємства є, по суті, реакцією на зовнішнє середовище прямої дії. Фактори непрямой дії не можуть безпосередньо впливати на підприємство, але, змінюючись, обов'язково позначаються на його діяльності.

Своєчасність діагностування відповідних зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на виробничу діяльність суб'єктів підприємницької діяльності, дозволить адекватно реагувати та адаптувати діючу систему управління виробничою діяльністю з метою забезпечення її ефективності.

Всі фактори, що впливають на ефективність управління підприємством є взаємопов'язаними, та викликають низку актуальних питань, вирішення яких повинно бути

спрямоване на [1; 2]:

- підвищення рівня доходів підприємств, як за рахунок збільшення прибутків, оптимізації виробничих процесів так і зменшення витрат;
- покращення незадовільного стану основних фондів підприємств;
- збільшення адаптованості підприємства до впливу факторів зовнішнього середовища;
- підвищення фінансової стабільності та незалежності підприємства;
- покращення рівня якості послуг;
- збільшення рівня використання інновацій у діяльності;
- зменшення екологічного впливу на навколишнє природне середовище.

Таким чином, вирішення низки існуючих проблем підприємства здійснюються за рахунок підвищення ефективності управління. Саме тому виникає об'єктивна необхідність у аналізі сучасного стану ефективності управління підприємствами, як результату впливу зовнішніх та внутрішніх факторів.

Список використаних джерел:

1. Говорушко Т.А. Управління ефективністю діяльності підприємств на основі вартісно-орієнтованого підходу : монографія. К. : Логос, 2015. 365 с.
2. Капінос Г.І. Операційний менеджмент: навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 352 с.

Електронне наукове видання

**ПІДПРИЄМНИЦТВО ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ:
ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ**

**Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної
конференції
присвяченої 60-річчю кафедри підприємництва,
торгівлі та прикладної економіки
20 листопада 2023 р.**

Видано в авторській редакції

Головний редактор *Василь Головчак*

Підписано до друку 13.12.23. Формат 60×84/8.
Гарнітура «Times New Roman».
Ум. друк. арк. 41,6.

Видавець

Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника
76018, м. Івано-Франківськ, вул. С. Бандери, 1,
тел. 75-13-08, e-mail: vdvcit@pnu.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 7616 від 26.05.2022

ISBN 978-966-640-548-0