



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Черкаський державний бізнес-коледж

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

*Матеріали XVI Всеукраїнської
науково-практичної конференції*



18-19 квітня 2024
www.csbc.edu.ua

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

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

**Матеріали
XVI Всеукраїнської науково-практичної конференції
18-19 квітня 2024 рік**

Черкаси – 2024

УДК 338.31+65
ББК 65.1

*Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради
Черкаського державного бізнес-коледжу
Протокол № 07-23/24 від 24 квітня 2024 р.*

Тенденції та перспективи розвитку економіки України в умовах сучасних викликів.
Матеріали XVI Всеукраїнської науково-практичної конференції. (18-19 квітня 2024 р. м. Черкаси). — Черкаси: ЧДБК, 2024. — 310 с.

Організаційний комітет конференції

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

Кузнецова Н.Б. – завідувачка кафедри економіки, управління та адміністрування ЧДБК, д-р екон. наук, доцент;

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

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

Полях С.С. – доцент кафедри економіки, управління та адміністрування ЧДБК, канд. екон. наук, доцент;

Боровик Т.М. – відповідальний секретар.

Випуск тез наукових робіт науковців, представників підприємств, установ, організацій, здобувачів вищої та фахової передвищої освіти, підготовлений за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції «Тенденції та перспективи розвитку економіки України в умовах сучасних викликів», яка відбулася 18-19 квітня 2024 року.

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

ЗМІСТ

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

<i>БАРАБАШ Людмила</i>	Розвиток ринку яблук: світові тренди та Україна	9
<i>БАРДАДИМ Катерина</i>	Професійний розвиток персоналу підприємства як складова його конкурентоспроможності	11
<i>БЕЖЕНАР Інна</i>	Сімейні ферми : тенденції, проблеми, перспективи	13
<i>БРЕЗІЦЬКА Олена</i>	Ринок праці: тенденції та перспективи розвитку	16
<i>ВАСИЛЬЧУК Євген</i>	Антикваріат як об'єкт інвестування	18
<i>ГЕДІН Максим</i>	Трансформація сфери туризму та рекреації України крізь призму глобальних світових трендів	20
<i>ДЕРНОВА Ірина</i>	Стан логістичного сектору України в умовах сучасних викликів	22
<i>БОРОВИК Тетяна</i>		
<i>IVANOVA Iryna</i>	Impact of Global Workplace Trends on the Landscape of Education	25
<i>КАЛАМАН Ольга</i>	Основні проблеми управління персоналом в реаліях сучасних підприємств України	27
<i>ЖУРАВЛЬОВ Олексій</i>		
<i>КАЦАПОВА Анастасія</i>	Ефективність лідерства в організаціях	30
<i>КРУПСЬКИЙ Олександр</i>		
<i>КОРЖУК Вікторія</i>	Валютний курс в Україні	32
<i>КУКСЕНКО Сергій</i>	Фактори провалу фіскальних завдань «податкової амністії» в Україні	34
<i>ЛИТВИНЕНКО Павло</i>	Стратегічні альянси як інструмент адаптації та розвитку міжнародного бізнесу в умовах глобальних викликів	37
<i>МАСЛО Надія</i>	Проблеми мотивації праці персоналу та шляхи їх вирішення в сегменті ресторанного бізнесу в Україні	39
<i>МАЦУКА Вікторія</i>	Глобальні економічні тренди України	42
<i>МОЛЯКА Марія</i>	Франчайзинг: особливості обліку та управління витратами і доходами	44
<i>СЕЛІЩЕВА Анна</i>	Глобальна конкурентоспроможність як індикатор асиметрії розвитку	46
<i>КОВАЛЕНКО Артур</i>		
<i>ТІШАКОВ Павло</i>	Стратегічні орієнтири підприємств харчової промисловості в Україні	48
<i>УЩАПІВСЬКА Анастасія</i>	Перспективи імпортозаміщення продукції на ринку України	51
<i>НАЗАРОВА Марія</i>		
<i>ФІМЯР Світлана</i>	Стратегія розвитку підприємства: цілі та стадії	54
<i>ЧЕЧОТЕНКО Василь</i>		
<i>ФРОЛОВ Андрій</i>	Європейський вектор розвитку ринку зелених облігацій в Україні	55
<i>ШЕВЦОВА Ірина</i>	Проблеми та можливості розвитку зеленої логістики в Україні	58

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

<i>БАРАБАШ Леся</i>	Податкова реформа повоєнного часу: досвід Франції для України	61
<i>БЗЕНКО Аліна</i>	Відбудова економіки України: стратегічні пріоритети повоєнного відновлення	63
<i>БОРИСЕНКО Вікторія</i>	Інновації та підприємництво як основа економічного відновлення країни	64
<i>БУЛА Павло</i>	Особливості екологічного оподаткування в умовах воєнного стану	66
<i>ВАСИЛЕВСЬКА Анастасія</i>	Вплив війни на динаміку ВВП в Україні	68
<i>ДВОРЕЦЬКА Дар'я</i>	Ринок праці в умовах війни	72
<i>ЗАВАДСЬКИХ Ганна</i>	Модель соціальної відповідальності українських компаній під час війни	74
<i>ЗАЙВА Анастасія</i>	Економічні ризики ресторанного бізнесу в умовах війни	76
<i>КАРАЩУК Дарія</i>	Важливість розвитку української економіки в умовах воєнного стану	79
<i>KORETSKA Mariia</i>	Business ideas which will succeed during and after wartime in Ukraine	81
<i>KRAVCHENKO Svitlana</i>	Development of business structures in villages in wartime conditions	83
<i>КУЗНЕЦОВА Наталія</i>	Вплив війни на людський капітал України	86
<i>ЛЯШУК Євгенія</i>	Проблеми адаптації внутрішньо переміщених осіб, зумовлені воєнними діями в Україні	88
<i>МАРЧЕНКО Роман</i> <i>ГЕРАСИМОВ Тимофій</i>	Економічні виклики та стратегії підприємств енергетичного сектору в умовах війни	91
<i>МИЛЯНЕЦЬ Ярина</i>	Трансформаційні процеси в економіці України в умовах війни та повоєнного відновлення	93
<i>МИРОНЕНКО Яна</i>	Вплив воєнного стану на макроекономічні показники України: аналіз та прогнозування	96
<i>МИРОШНИЧЕНКО Поліна</i>	Споживча інфляція в Україні в умовах воєнного стану	99
<i>ПОНОМАРЬОВА Марія</i>	Малий бізнес в умовах війни: проблеми та шляхи їх вирішення	102
<i>РЕНДІНА Дарина</i> <i>ВАСЕКА Руслана</i>	Фінансова стійкість та управління ризиками в умовах воєнного стану	104
<i>РЯБИКІН Дмитро</i>	Інформаційні технології та інновації як фактори економічного відновлення України	107
<i>СЛЄПЦОВА Людмила</i>	Підвищення конкурентоспроможності галузі садівництва в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення	109
<i>СМИЦЬКА Єлизавета</i> <i>ВОВК Ніна</i>	Економіка України в умовах сьогодення та повоєнного відновлення	111
<i>СОЛОМЧАК Тетяна</i>	Інституційне забезпечення повоєнного відновлення економіки України	113

ТЕЛІК Вероніка	Адаптація як невід’ємний компонент ефективного управління в умовах війни	115
СТАСЮК Юлія		
ТРИБУСОВСЬКА Наталія	Ринок праці України в умовах війни: сучасні тенденції та майбутні перспективи	118
ФЕСЕНКО Вікторія	Розвиток малого та середнього бізнесу в умовах воєнного стану в Україні: основні виклики та шляхи їх подолання	121
ФІМЯР Світлана	Інструменти державної політики для відбудови	123
ЧМІЛЬ Аліна	повоєнної економіки	
ХРИСТОФОРОВА Поліна	Особливості гуманітарної логістики в Україні за умов війни	125
ШАПОВАЛ Валентина	Сучасні тенденції міграційного руху населення України, зумовлених війною	127
ШАЦЬКА Зорина	Розвиток підприємств агропромислового сектору в умовах післявоєнного відновлення	129
SHLENSHAK Anna	Preventing economic decline in ukraine during times of conflict	131

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ 3. СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

АПАНАСЕНКО Діана	Цифровий маркетинг та інноваційні технології просування бізнесу	134
БУДНИК Дарина	Фактори впливу на споживання продуктів харчування	136
ВЕРБІВСЬКИЙ Олександр	Управління збутовою діяльністю підприємства	139
ВОЛОЩЕНКО Ольга	Соціальні мережі як інструмент сучасного бізнесу	141
ГОЙНОШ Яна	Сучасний маркетинг у підприємницькій діяльності	143
ЖОЛУДЬ Михайло	Маркетинг в соціальних мережах та онлайн-каналах	147
ЗАЛОЗНА Таміла	Штучний інтелект та розвиток інтернету речей в контексті маркетингових стратегій	149
КАЛАШНИК Марія	Вплив покоління «Z» на сучасний маркетинг	152
КАПУСТА Анна	Штучний інтелект в бізнесі: переваги, недоліки та прогнози	154
КАРПЕНКО Олена	Маркетингові стратегії для підтримки локальних виробників на українських маркетплейсах	157
КІНАШ Олександра	Найпопулярніші інструменти штучного інтелекту в маркетингу	160
МАКСИШКО Дар’я	Комунікативний аспект соціальних мереж в діяльності агенції «Кліка»	162
МАТІЙЦЬО Олена	Маркетингові дослідження ринку	167
НЕЧИПОРЕНКО Денис	Формування асортименту та організація продажу кисломолочних товарів (на прикладі ПАТ «Житомирмолоко»)	170
ПАЛІНЧАК Вероніка	Інтернет-маркетинг як ключ до успіху підприємства	172
ПОТАПЕНКО Яна	Роль інтернет-маркетингу в стратегії розвитку українських компаній в умовах війни	175
ПІСКОВА Світлана	Сучасні реалії українського ритейлу	177
САВЧЕНКО Максим	Персональна стратегія та особистий бренд	179

<i>САСІН ВІКТОРІЯ</i>	Аналіз змін логістичної діяльності підприємств в Україні	182
<i>СИНІЛЬНИК Вікторія</i>	Соціальні мережі для бізнесу: нові можливості та виклики	188
<i>ХЛЄБНИКОВА Наталія</i>	Соціальне підприємництво у воєнний час	188
<i>ЧИЖ Катерина</i>	Перспективи розвитку підприємництва в готельно-ресторанному бізнесі	190

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ 4. ФІНАНСОВО-АНАЛІТИЧНЕ ТА ОБЛІКОВО-КОНТРОЛЮЮЧЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ

<i>БАЙБАРОВА Анна</i>	Сутність біологічних активів як об'єктів обліку	193
<i>БАЙДАК Марія</i>	Функціонування сучасної обліково-аналітичної системи в сільськогосподарських підприємствах	195
<i>БАЛАН Дар'я</i>	Антикризове управління персоналом в процесі забезпечення економічної безпеки підприємства	197
<i>БЗЕНКО Аліна</i>	Амортизація активів підприємства у воєнний час	200
<i>БОЙКО Таїсія</i>	Основні напрями удосконалення контролю за готівковими та безготівковими розрахунками на вітчизняних підприємствах	202
<i>БРАЗІЛІЙ Гліб</i>	Концептуальні підходи щодо покращення ефективності та продуктивності системи автоматизації обліково-аналітичної діяльності підприємства	205
<i>БРАЗІЛІЙ Наталія</i>	Інноваційні технології в бухгалтерському обліку: штучний інтелект, блокчейн, хмарні сервіси	209
<i>ЗДІР Віктор</i>	Фінансове забезпечення суб'єктів господарювання: реалії та шляхи вдосконалення	211
<i>КІЯН Інна</i>	Оплата праці робітників тов «Печанівський комбінат хлібопродуктів»	214
<i>КОРНІЄНКО Руф</i>	Шляхи удосконалення фінансово-аналітичного та обліково-контролюючого забезпечення	216
<i>КОРОНСЬКА Яна</i>	Оплата праці фахівців інклюзивно-ресурсного центру	217
<i>КРОТ Юлія</i>	Державний фінансовий аудит: поняття та особливості проведення	219
<i>КУЗЬМІНА Вікторія</i>	Шляхи удосконалення обліку розрахунків з оплати праці в бюджетних установах	221
<i>КУЛИК Ігор</i>	Розпочати бізнес у США: виклики та можливості	223
<i>ЛЕТЕНКО Олександр</i>	Інвентаризація товарів у магазині	226
<i>МЕЛЬНИЧЕНКО Євдокія</i>	Особливості калькулювання вартості страв в їдальні школи імені Т.Г. Шевченка	228
<i>МОЙСЄЄНКО Альона</i>	Особливості організації обліку руху товарів на підприємствах оптової торгівлі	231
<i>ПАШКОВСЬКА Вікторія</i>	Кореляційно-регресійний аналіз фінансового результату	233
<i>ПАНЧЕНКО Марія</i>	Обліково-аналітичне забезпечення діяльності готельних підприємств	236
<i>ВОРОПАЙ Аліна</i>		
<i>ПОЛІЩУК Антоніна</i>	Ефективність організації аналізу при управлінні	238

грошовими потоками на вітчизняних підприємствах в умовах інформаційного забезпечення і цифровізації

<i>ПОТАПЕНКО Яна</i>	Особливості організації обліку і аналізу розрахунків з постачальниками і підрядниками на вітчизняному підприємстві	241
<i>СОБКО Єлизавета</i>	Сталі фінанси та особливості їх формування	243
<i>УШАКОВА Марія</i>	Важливість розробки та впровадження системи оцінки економічної безпеки на підприємствах України у сучасних умовах	244
<i>ХАРЕНКО Тетяна</i> <i>ТКАЧЕНКО Алла</i>	Майнові податки в Україні: ключові аспекти адміністрування та відповідальності	247
<i>ШЕВЧЕНКО Олександра</i>	Особливості аналізу дебіторської заборгованості	250
<i>ШПІЛЬКА Ілона</i>	Основні напрями вдосконалення обліку витрат на вітчизняному суб'єкті господарювання	252

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ 5. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ЯК ФАКТОР ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

<i>АНДРУШКЕВИЧ Наталія</i>	Вплив цифровізації на сучасний етап розвитку економіки	255
<i>БИЦЮРА Юрій</i> <i>ФЕДОРЦОВ-КРИЖНИЙ Владислав</i>	Цифрові валюти центральних банків: можливості та виклики	258
<i>КОРНІЄНКО Руф</i>	Цифрова економіка та її вплив на розвиток країни	261
<i>КОРНІЄНКО Руф</i>	Цифровізація в аналізі господарської діяльності суб'єкта господарювання: її переваги та недоліки	263
<i>ЛЕПЕТКО Анастасія</i>	Цифровізація економіки як основа інноваційного розвитку суспільства	265
<i>ЛИТВИНЧУК Тетяна</i> <i>ЛУЦЕНКО Олександра</i>	Роль цифровізації в розвитку української економіки	268
<i>МІЛЄЄВА Вікторія</i>	Розвиток фінансового ринку в умовах цифровізації економіки	270
<i>ПАРХОМЕНКО Аліна</i>	Цифрова трансформація бізнесу в Україні: сучасні виклики та можливості їх подолання	272
<i>ПОГОРІЛА Анна</i>	Роль технологій в управлінні проектами: використання цифрових інструментів	276
<i>СЕМЕРНЯ Вероніка</i>	Стратегії діджиталізації та їхні наслідки для бізнесу та економіки	277
<i>СИРОТА Назар</i>	Цифровізація як один із ключових факторів управління конкурентоспроможністю сучасного підприємництва	280
<i>СОЛОМКА Марина</i> <i>ПРАВДІВЦЕВА Людмила</i>	Автоматизація процесу документування – складова загального процесу діджиталізації бізнесу	283
<i>ШІЛЬВІНСЬКА Ольга</i>	Трансформація банківської системи під впливом цифровізації	286
<i>ЮЩЕНКО Софія</i>	Роль цифровізації в проведенні контролю на суб'єктах	288

**ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ 6. ФОРМУВАННЯ ФАХОВИХ
КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ МАЙБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ У СФЕРІ ЕКОНОМІКИ**

<i>АНТОНІАДІ Олена</i>	Формування базових навичок фінансової грамотності під час уроків англійської мови в старших класах середньої школи	291
<i>БАЙДАК Марія</i>	Оцінка ментального здоров'я студентів Черкаського державного бізнес коледжу	293
<i>БОРИСЕНКО Олена МУСТАФА Оксана</i>	Формування професійних компетенцій у процесі підготовки фахівців у сфері економіки під час вивчення англійської мови у закладах вищої освіти України	297
<i>КАБАНЮК Світлана</i>	Формування медійної грамотності як ключової компетентності студентів непедагогічних і нефілологічних спеціальностей закладів фахової передвищої освіти	299
<i>ПОЛЯХ Сергій</i>	Оцінка стану ментального здоров'я педагогічних та науково-педагогічних працівників Черкаського державного бізнес-коледжу: результати дослідження	302
<i>ПРОЗОРОВСЬКА Ірина</i>	Сучасні тренди у викладанні англійської мови студентам економічного напрямку	305
<i>ЯКОВУША Вікторія</i>	Роль англійської мови в підготовці висококваліфікованих фахівців з економіки	307

УДК 339.1:634.11

РОЗВИТОК РИНКУ ЯБЛУК: СВІТОВІ ТРЕНДИ ТА УКРАЇНА

Людмила Барабаш

labeko111@gmail.com

Інститут садівництва НААН, м. Київ, Україна

Яблуня – основна плодова культура в промисловому садівництві України. За обсягом виробництва яблук в 2018-2021 рр. (1,1-1,5 млн тонн) наша країна посідала 11-12 місце у світі [1]. Серед продуктів переробки плодів цієї культури, як у світі, так і в Україні, лідером є сік (в основному концентрат). У 2016-2021 рр. середньорічний експорт з нашої країни свіжих яблук становив близько 30,0 тис. т, яблучного соку – 68,5 тис. т. Українські експортери продовжили посилювати свої позиції на світовому ринку і в умовах воєнних дій 2022 р. Так, експортні поставки плодів досягли близько 46 тис. т, яблучного соку – 110 тис. т і стали найбільшими за останні роки. Активізація зовнішньоекономічних зв'язків України на світовому ринку свіжих яблук та продуктів їх перероблення відкриває нові можливості для розвитку вітчизняного садівництва, зокрема для збільшення фінансових надходжень від експорту. В цьому контексті дослідження та врахування досвіду щодо розвитку виробництва, інтеграційних процесів у найбільших країнах-виробниках яблук набуває особливо важливого значення.

На Китай припадає близько половини світового виробництва яблук. У 2021 році яблуневі сади в цій країні займали 2,09 млн га, а валовий збір плодів становив 46,0 млн т [1]. Домінуючим сортом яблуні є Фуджі. В 2015 році його площа і валовий збір у загальному обсязі перевищили 50 і 70% відповідно. У Китаї мало яблук вирощують спеціально для переробки на сік. Зазвичай використовують дрібні, деформовані плоди, які не відповідають стандартам свіжого ринку. Як правило, переробляють 20-30 % урожаю. Ці плоди коштують набагато нижче порівняно з призначеними для свіжого ринку [2].

Інтеграція сокових компаній із дрібними фермерами, як повідомляють Х. Лян та інші (Х. Liang *et al.*), була визнана важливою складовою урядової стратегії розвитку Китаю, відповідно до якої центральними чи місцевими органами влади визначаються флагманські підприємства, що мають потенціал для допомоги фермерам, надаючи ринок для їхньої продукції та розповсюджуючи технічну інформацію. Натомість компанії отримують податкові пільги, пільгові банківські позики, доступ до землі тощо. Велика мережа заводів з переробки яблук на сік зараз тягнеться від узбережжя Китаю до його західних провінцій. Переробники здійснюють закупки сировини через трейдерів, кооперативи чи інших посередників, які скуповують плоди в мільйонів фермерів – господарів невеликих садів. З яблук отримують концентрований сік, який продають великим транснаціональним компаніям з виробництва продуктів харчування та напоїв. Останнім часом пропозиція яблук як сировини в Китаї скоротилася. Виникають труднощі й з закупівлею висококислотних сортів яблук. Зміни, пов'язані з індустріалізацією виробництва яблук все більше стимулюють зміни у наборі використовуваних сортів та необхідність впровадження інтегрованих програм селекції. Дослідники відмічають, що китайські селекціонери до цього часу в процесі селекційного відбору надавали перевагу ознакам урожайності та якості (наприклад, терміну дозрівання, розміру та формі плодів, смаку) над ознаками стійкості до хвороб [2].

За даними М. Мещаківської-Фрак та інших (М. Mieszczakowska-Frac *et al.*), у Польщі основним споживачем яблук є переробна промисловість. У 2010–2019 рр. до 56% всіх вирощених в країні плодів були перероблені переважно на сік-концентрат. Між розміром урожаю і обсягами виробництва концентрату існує тісний зв'язок. У маловрожайні роки його виробництво падає нижче 200 тис. тонн, а у високоврожайні майже вдвічі зростає. Проте простежується висока негативна кореляція між цінами та обсягом врожаю – чим вищий урожай тим більше падають ціни як на десертні, так і на промислові яблука [3].

Згідно з інформацією польських дослідників, при закупівельних цінах на промислові яблука 0,25-0,40 злотих/кг та 0,8-1,2 злотих/кг на десертні виробництво перших може бути привабливим для дрібних господарств, але тільки об'єднаних у великі групи. Проблеми цінової політики на промислові яблука в країні намагаються вирішити на законодавчому рівні та врегулювати ситуацію шляхом переконання виробників і переробників плодів співпрацювати в рамках системи контрактів на постачання. В. Плочарський та інші (W. Płocharski [et al.](#)) наголошують, що яблука для перероблення слід контракувати, бажано групами виробників, як це відбувається в інших країнах. Крім цього передбачається розробка концепції реструктуризації садів для переорієнтації деяких насаджень з виробництва десертних яблук на промислові, враховуючи як інтереси садівників так і переробної промисловості [4].

Ідея промислових садів для виробництва плодів високої якості для потреб переробки, як зазначають в своїх дослідженнях М. Мещаківська-Фрак та інші (M. Mieszczakowska-Frąc [et al.](#)), викликала інтерес у науковців і стала предметом вивчення. Польськими дослідниками визначено важливі принципи створення промислових плодівих садів і вказано передумови, які необхідно враховувати. Одна з них є наявність сортів, стійких до хвороб, високоврожайних, що формують придатні для переробки плоди. Такі сорти представляють інтерес, насамперед, для виготовлення органічного яблучного соку, попит на який на ринку постійно зростає [3].

Таким чином, у зв'язку із загостренням нестачі робочої сили в сільській місцевості та відповідно вартості ручної праці найбільші країни-виробники яблук у світі переживають масштабну трансформацію в бік промислового виробництва яблук. Цей перехід означає, що практика управління садами кардинально зміниться порівняно з традиційними невеликими системами садівництва. Для переробних підприємств обмеження пропозиції сировини та підвищення вимог до її якості може стати поштовхом для створення сировинних зон в подальшому. Контрактні угоди про вирощування плодів стають все більш важливими в забезпеченні ефективного функціонування як садівничих господарств, так і переробної промисловості і сприяють підвищенню безпеки харчових продуктів за рахунок спрощення контролю якості на всіх етапах виробництва та постачання.

Високий рівень конкуренції на світовому ринку яблук та продуктів їх перероблення спонукає до швидкого переведення українського садівництва на інтенсивні технології, докорінного перегляду існуючих методів організації виробництва, зміни підходів до закладки та експлуатації садових насаджень, використання принципово нових технічних засобів тощо.

Список використаних джерел

1. FAOSTAT. Crops and livestock products. 2023. URL: <https://www.fao.org/faostat/ru/#data/QCL>
2. Liang X., Zhang R., Gleason Mark L., Sun G. [Sustainable apple disease management in china: challenges and future directions for a transforming industry](#). Plant Disease. 2022. Vol.106 (3). Pp.786-799. URL: <https://doi.org/10.1094/PDIS-06-21-1190-FE>
3. Mieszczakowska-Frąc M., Płocharski W., Kruczyńska D., Markowski J. Scab resistant apple cultivars for juice production. *Journal of Horticultural Research*. 2021. Vol.29 (1). P.23-34. URL: <https://doi.org/10.2478/johr-2021-0004>
4. Płocharski W., Mieszczakowska-Frąc M., Rutkowski K., Konopacka D. Tradycyjne i innowacyjne kierunki zagospodarowania jabłek w Polsce. Instytut ogrodnictwa. 2019. URL: http://www.inhort.pl/files/program_wieloletni/PW_2015_2020_IO/spr_2019/Broszura_Plocharski_2019_Tradycyjne_zad.3.5.pdf

УДК 331.108

ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛАДОВА ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Катерина Бардадим

bardadym.k@gmail.com

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

Згідно з численними науковими дослідженнями, більшість вчених сходяться на думці, що професійний розвиток відіграє ключову роль у прогресі. Він виступає рушійною силою для вдосконалення технологій, методів виробництва та економіки загалом.

На думку відомого дослідника В. Савченка, професійний розвиток персоналу – це цілеспрямований і методичний підхід до керівництва працівниками протягом усього терміну їхнього перебування в організації. Це керівництво досягається шляхом професійної підготовки, спрямованої на підвищення продуктивності, покращення конкурентоспроможності на ринку праці та сприяння успішному виконанню більш складних обов'язків. Важливо підкреслити, що професійний розвиток ґрунтується на повному використанні навичок і здібностей кожного окремого працівника [1, с. 157].

Професійний розвиток, за визначенням В. Рульєва, С. Гуткевича та Т. Мостенської, є постійним організаційним процесом, який передбачає постійне навчання працівників. Його мета полягає в тому, щоб підготувати їх до виконання нових службових обов'язків, сприяти просуванню по службі, виростити пул потенційних топ-менеджерів і покращити загальну соціальну структуру персоналу підприємства [2, с. 103]. Спираючись на наявні дослідження, можна констатувати, що поняття професійного розвитку персоналу охоплює комплекс заходів, спрямованих на оновлення професійних знань, відточування навичок, набуття нових знань, виховання культури безперервного навчання та послідовного підвищення кваліфікації. Ці заходи необхідні для ефективного вирішення більш складних робочих завдань, підвищення ефективності підприємства та підвищення конкурентоспроможності продуктів або послуг, що пропонуються споживачам.

Л. Балабанова та О. Сардак стверджують, що основною метою професійного розвитку є оптимізація використання професійних можливостей співробітників для досягнення цілей організації. Це включає постійне навчання, управління кар'єрою та планування персоналу. Управління професійним розвитком відіграє вирішальну роль у максимізації трудового потенціалу людини, підвищенні її соціальної та професійної мобільності, а також служить превентивним заходом проти масового безробіття. Крім того, професійний розвиток відіграє життєво важливу роль у підготовці працівників до впровадження структурних і технологічних змін у різних секторах економіки, а часто й на рівні підприємства [3, с. 312-313].

Вплив професійного розвитку працівників підприємства на його конкурентоспроможність є очевидним, оскільки від професійних знань і навичок працівників, якісного виконання ними своїх професійних обов'язків залежить позиціонування підприємства на ринку та формування думки споживачів продукції на основі його іміджу. З іншого боку, конкуренція відіграє вирішальну роль у підвищенні ефективності суспільного виробництва, виконуючи кілька ключових функцій, зокрема регулюючи баланс між попитом і пропозицією на ринку, мотивуючи високопродуктивну працю, стимулюючи працівників до підвищення якості своєї праці. умінь і навичок [4, с. 143].

З цього можна зробити висновок, що для того, щоб працівники відповідали вимогам сучасного ринку праці, вони повинні забезпечувати і формувати свої конкурентні переваги. На думку Д. Богині, М. Семикіної та Л. Лісогор, одним із шляхів підвищення конкурентоспроможності на ринку праці є професійний розвиток [5, с. 11].

За словами Л. Лісогор, у конкурентному середовищі стрімкого прогресу цифрової економіки, ключовими факторами, які спонукають до інноваційної діяльності та забезпечують конкурентоспроможність працівників на ринку праці, є знання, творчі можливості, інформаційні потреби, здатність до адаптації та самомотивація для постійного навчання та саморозвитку.

Окремо зазначимо, що на конкурентоспроможність працівників на зовнішньому ринку праці впливають різноманітні фактори, пов'язані з особливостями його розвитку: наявність можливостей працевлаштування, кількість і кваліфікацію кандидатів, а також умови найму. Крім того, значну роль відіграє попит на працівників із певною кваліфікацією та процеси оцінки та відбору роботодавця [6, с. 209].

Розглянувши ці фактори, можна сказати, що в сучасних умовах розвитку економіки в центрі уваги компанії залишаються люди, розвиток їх професійних здібностей, знань, інновацій. Природно, що від рівня професіоналізму та кваліфікації персоналу залежить розвиток усього підприємства. Жоден сучасний бізнес, який прагне випускати продукцію, яка відповідає міжнародним стандартам, не повинен нехтувати професійним розвитком своїх працівників. Для компанії це важливо, адже в умовах динамічного розвитку технологій виробництва постійно змінюються, підвищуються стандарти на світовому та українському ринках, що вимагає постійного оновлення знань працівників. Тому роботодавці мають дбати про зростання професійного рівня своїх працівників та інвестувати кошти у їх навчання [7].

Водночас ми цілком усвідомлюємо, що існуючі обставини, пов'язані з відтворенням персоналу підприємства, не відповідають меті формування кваліфікованих та конкурентоспроможних фахівців. Цей недолік пов'язаний, насамперед, зі значним зниженням ключових соціально-демографічних показників економічно активного населення, зараз – з воєнними діями на території України та існуючою кваліфікаційною ямою в Україні, що становить загальнонаціональну проблему. Отже, стає важливим підвищення ефективності ініціатив професійного розвитку працівників і якомога повніше використання знань, які вони набули в організації. Тож стає очевидним, що активізація професійного розвитку персоналу відіграє важливу роль у підвищенні конкурентоспроможності місцевого бізнесу. Важливість інвестування в розвиток співробітників впливає з необхідності підвищити їх особисту бізнес-ефективність, забезпечуючи тим самим постійний успіх підприємства. Ця інвестиція також сприяє впровадженню інноваційних технологій та підвищенню загальної продуктивності праці.

На сьогодні виробництво конкурентоспроможної продукції як на вітчизняному, так і на світовому ринку вимагає від виробника постійного підвищення професійно-кваліфікаційного рівня персоналу. Весь час збільшується потреба у висококваліфікованих працівниках, які спроможні швидко навчатися, оволодівати новими сучасними технологіями, мають високий професійний та освітній рівні, швидко орієнтуються у змінах виробництва, тому нині керівництву підприємства потрібно приділяти значну увагу, стимулювати та постійно інвестувати у професійний розвиток свого персоналу.

Список використаних джерел

1. Савченко В.А. Управління розвитком персоналу: Навчальний посібник / В.А. Савченко. – К.: КНЕУ, 2002. – 351 с.
2. Рульєв А, Гуткевич С.О., Мостенська Т.Л. Управління персоналом: Навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни. 2012 р. 321 с.
3. Балабанова Л.В., Сардак О.В. Управління персоналом: Підручник, Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Тугана-Барановського / Школа маркетингово менеджменту. К.: «Центр учбової літератури», 2011 р. 446 с.
4. Петрова І.Л. Сегментація ринку праці: теорія і практика регулювання. К.: Ін-т економіки, управління та господарського права, 1997. 298 с.

5. Конкурентоспроможність робочої сили в системі соціально-трудова відносин: монографія / Д.П. Богиня, Л.С. Лісогор, М.В.Семикіна та ін. К.: Ін-т економіки НАНУ, 2003. 214 с.
6. Колпаков В.М. Маркетинг персоналу. К.: МАУП, 2006. 408 с.
7. Кузнецова Н. Б. Проблеми професійного розвитку персоналу на вітчизняних підприємствах та основні заходи, спрямовані на їх вирішення. *Формування ринкової економіки: Зб. наук. праць. Спец. вип. Економіка підприємства: теорія і практика: у 2-х ч. Ч. 1.* К.: КНЕУ, 2008. С. 343-352.

УДК 336.027:631

СІМЕЙНІ ФЕРМИ: ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Інна Беженар

Inna_bezhenar@ukr.net

ННЦ «Інститут аграрної економіки», м. Київ, Україна

Селянські господарства залишаються основним сектором зайнятості сільського населення, а також джерелом набуття засобів для існування сім'ї. В умовах воєнного часу і в найближчій перспективі такий статус-кво зберігатиметься, адже господарства підприємницького типу (сімейні фермерські та інші – малі й мікропідприємства), непідприємницького типу (господарства населення й особисті селянські господарства) найбільш інституційно спроможні задовольняти потреби у продовольстві, сільськогосподарській продукції на локальному рівні. Усі ці категорії суб'єктів, з одного боку, найбільше узгоджують інтереси селянина у господарській діяльності та зайнятості, а з іншого – утворюють модель господарювання для сталого розвитку сільських територій.

Відповідно до ситуації, яка виникла у системі реалізації практик агроекономічної діяльності щодо виробництва-розподілу продовольства, актуальними є питання набуття сільськими територіями продовольчої безпеки на місцевому рівні [1]. Тому пріоритетною постає участь у цьому процесі селянських господарств сімейного типу (господарств населення, особистих селянських господарств, сімейних фермерських господарств), що означає активізацію інституту самозабезпечення населення продовольством.

Виробничий і соціальний потенціал малих форм господарювання на селі використовується недостатньо ефективно. Власники господарств, сільські підприємці відчувають ряд суттєвих правових, економічних і соціальних проблем.

По-перше, не сформована достатня правова основа для розвитку сектора малих форм господарювання та сільськогосподарської кооперації, належним чином не прописані правові умови державної підтримки малого аграрного підприємництва.

По-друге, фермери, власники особистих селянських господарств, сільські підприємці відчувають гострий дефіцит фінансово-кредитних ресурсів в силу слабкої доступності для малого аграрного бізнесу (незважаючи на позитивну динаміку) ринку комерційного кредиту, недостатнього розвитку сільської кредитної кооперації.

По-третє, не налагоджена ефективна система матеріально-технічного і виробничого обслуговування малих форм господарювання та збуту їх продукції.

По-четверте, сільське населення відчуває істотні труднощі в отриманні ринкової інформації, консультаційних послуг правового, економічного і технологічного характеру, підвищенні кваліфікації.

По-п'яте, відсутній механізм регулярної взаємодії між державними інституціями, з одного боку, і профільними асоціаціями з іншого. Це призводить до недостатньо повного врахування інтересів і потреб малих форм господарювання та сільських жителів при розробці

заходів аграрної та сільської політик, знижує її ефективність [2].

Причинами, що стримують розвиток сімейного фермерства, є: відсутність цілісної послідовної політики, спрямованої на комплексний розвиток сільських територій, в основі якої закладені потреби територіальних громад села, селища, та на підтримку сімейних фермерських господарств, які мають в обробітку на праві власності та користуванні земельні ділянки загальною площею не більше 100 гектарів, та сільськогосподарських кооперативів; низький рівень можливостей щодо залучення фінансових ресурсів та інвестицій для функціонування і розвитку сімейних фермерських господарств; низький рівень технічного та технологічного забезпечення; недостатня поінформованість населення про можливості і переваги створення сімейних фермерських господарств.

Низький рівень обізнаності фермерських господарств щодо можливостей одержання державної підтримки, складні процедурні механізми, невизначеність термінів та обсягів фінансування, а також ручний механізм управління виділеними коштами ускладнюють ситуацію та призводять до нерівномірності фінансування фермерських господарств. Необхідно впровадити системні зміни в державному регулюванні, щоб забезпечити більш ефективну підтримку та стимулювання розвитку аграрного сектору.

Дослідження проекту «Сімейні молочні ферми» доводять, що для успішного функціонування сімейних ферм потрібна, як фінансова, так і консультативна підтримка. Консультації та інвестиції – саме так компанія «УкрМілкІнвест» допомагає сімейним фермам. Фахівці проекту – ветеринари, зоотехнологи, економісти, бухгалтери тощо – забезпечують повний супровід сімейного фермерського господарства. Компанія залучає кошти промислових ферм, молокозаводів та приватних донорів. На першочергових етапах більшості сімейних ферм надається фінансова підтримка (на будівництво корівника, закупівлю обладнання (доїльні апарати, лампи, килимки, поїлки, холодильні установки)), консультації із юридичних, податкових та ветеринарних питань (за умовами розглянутого проекту ветеринар приїжджає і надає консультації). А також важливим є пошук каналів збуту (в даному проекті компанія допомагає знайти закупівельника молока). Компанія також забезпечує силосом, сіном і соломою, комбікормами, але щоб здешевити кормову базу потрібно самим мати чи брати в оренду земельні ділянки і вирощувати корм [3].

Крім того, малі ферми, де утримують 15-50 корів, легко масштабувати як бізнес – створити велику кількість успішних господарств по всій країні. За розрахунками ферма, де вирощують 20 корів, отримує до 220 тис грн прибутку на рік або 11 тис грн на корову. Підвищить дохід відкриття крафтового виробництва сирів, йогуртів, сметани. Тоді прибуток з корови становитиме 23 тис. грн на рік.

З даного дослідження можна зробити висновок, що для стійкого функціонування сімейних ферм потрібна підтримка подібних проектів і забезпечення доступу сімейних фермерів до допомоги та надання консультацій. А також місцеві органи влади мають підтримувати ініціативи розвитку сільського підприємництва, надавати фінансову підтримку сімейним фермерським господарствам.

Все це вимагає розроблення пріоритетних напрямів підтримки розвитку малого та середнього аграрного підприємництва, серед яких особливе місце варто виокремити саме сімейному фермерству.

Актуалізація засад державної підтримки для підвищення ефективності селянських господарств, досягнення ними стійкості дозволить активізувати механізм самозабезпечення населення продовольством, що важливо в умовах зниження доходів і купівельної спроможності громадян. Інститут самозабезпечення продовольством сьогодні є найбільш функціонально спроможним у гарантуванні продовольчої безпеки на місцевому рівні, з огляду на ускладнення економічної компоненти агробізнесу фермери шукають шляхи локалізації й ефективної диверсифікації господарства. Така особливість, а також перспектива чітко проявляються в сучасних умовах господарського обміну. Зокрема, головна мета цього – пошук ефективних каналів просування виробленої продукції на ринок, забезпечення її зберігання на складах, а

також організація раціонального використання на відгодівлю тварин. Паралельно селянські господарства максимізуватимуть перехід на самозабезпечення, власних родин і навіть громади продовольством. В організаційному значенні спостерігається активізація неформальних об'єднань із кооперації дрібних виробників сільськогосподарської продукції, які співпрацюють на засадах неформального договору, допомагають одне одному у виконанні заходів виробничо-господарського процесу, адже з початком військової агресії РФ проти України малі суб'єкти підприємництва опинилися у вкрай скрутному становищі, тому локалізація виробництва і самозабезпечення продовольством – це певний вихід із ситуації і спосіб виживання.

Результати досліджень свідчать, що з точки зору правового забезпечення є достатньо законодавчих та нормативних документів які підтверджують наявність юридичної бази для створення та реалізації потенціалу і функціонування сімейних ферм. Ці господарства спільно з іншими організаційними структурами, а також особистими селянськими господарствами формують уклад життя і господарювання на селі. Встановлено, що на розвиток сімейного фермерства негативно впливають кризові явища викликані воєнною агресією російської федерації проти України. Це, зокрема і зменшення чисельності сільського населення внаслідок воєнних дій, розрив між народжуваністю та активізацією міграційних процесів, постійне скорочення зайнятості сільського населення. Кризові явища, зокрема соціально-економічного характеру, є визначальним для обґрунтування проведення наукових досліджень і розроблення основних пріоритетів визнання необхідності розвитку сімейного фермерства.

Для забезпечення розвитку сімейних фермерських господарств, реалізації їх потенціалу в умовах воєнного часу та для післявоєнної відбудови економіки України необхідно:

- 1) розробка і ухвалення Концепції розвитку сімейних фермерських господарств в Україні на період до 2030 року із закріпленням в ній ідеології Глобального плану дій ООН в рамках Десятиліття сімейних фермерських господарств 2019 – 2028 роки, а також складових курсу України на членство в ЄС;
- 2) визначення пріоритетних напрямів розвитку сімейних фермерських господарств – за спеціалізацією виробництва в період післявоєнної відбудови економіки у обсягах, необхідних для забезпечення продовольчої безпеки;
- 3) розробка державної і регіональних програм підтримки розвитку сімейних фермерських господарств на період до 2030 року;
- 4) утворення, на засадах державно-приватного партнерства, Агентства з підтримки розвитку сімейних фермерських господарств, з функціями дорадчої і консультативної діяльності;
- 5) організація державного замовлення для гарантування закупівель сільськогосподарської продукції в малих фермерів і селянських господарств;
- 6) законодавче унормування інституційних засад, механізму створення й функціонування форм простої кооперації (простих товариств) селянських господарств;
- 7) утворення грантового фонду для підтримки сімейних ферм, які реалізуватимуть інвестиційні проекти з: організації виробництва малопоширених видів продукції, включаючи відновлення виробництв фермерів, які постраждали від воєнної агресії; створення інфраструктури зберігання і реалізації фермерської продукції;
- 8) активізація участі місцевих органів самоврядування (об'єднаних територіальних громад) у процесах створення та підтримки діяльності сімейних фермерських господарств; надання фінансової та ресурсної підтримки особам, які бажають перейти із статусу одноосібного господарювання у статус сімейного фермерського господарства;
- 9) запровадження і реалізація програми підтримки кооперативів створених сімейними фермерськими господарствами та їх об'єднань;
- 10) надання державних гарантій під інвестиційні проекти які створюються СФГ у сфері організації переробки продукції та виробництва продовольства.

З огляду на це, подальше дослідження слід зосередити на ролі сімейних фермерських господарств у післявоєнній відбудові аграрної економіки, «озелененню» економіки, на

формування стратегії реалізації програм в рамках Десятиліття сімейних фермерських господарств 2019 – 2028 роки в рамках курсу на членство в ЄС та забезпечення охорони і раціонального використання природних, трудових і виробничих ресурсів сільських територій, досягнення соціальних стандартів проживання на селі.

У післявоєнній відбудові аграрної економіки України сімейні фермерські господарства будуть адаптованими (гнучкими) сталими суб'єктами агропродовольчих систем, які скорочують відстань від поля до тарілки споживача, є основою для самозайнятості населення, джерелом додаткових робочих місць у сільській місцевості та основою місцевої економіки, сільських громад.

Найбільш пристосованими до сучасних викликів і військового стану виявилися фермерські господарства, особливо сімейні ферми. Органічне виробництво вже є одним із напрямів аграрного виробництва сімейних селянських господарств (ферм). Селянські господарства проявляють виключну інституційну та організаційно-економічну мобільність й виявили неабияку спроможність гарантувати місцеву продовольчу безпеку, хоча і в моделі «виживання» (тут вони найбільш ефективні), що консолідується в загальнонаціональну стійкість механізму вирішення цієї проблеми.

Тому, сімейні фермерські господарства є базою для розвитку органічного землеробства і в майбутньому, можуть стати підприємствами повного циклу з безвідходним та відновним виробництвом.

Перспективи подальших досліджень будуть спрямовані на розробку концептуальних основ, що забезпечують конкурентоспроможний розвиток сімейного фермерства і єдиної уніфікованої методології, адаптованої до реалізації запропонованих заходів.

Список використаних джерел

1. Шпикуляк О., Малік М. Інституційний потенціал фермерства у розвитку підприємницької діяльності на селі. Організаційно-економічні та соціальні складові розвитку підприємництва: матеріали II Всеукраїнської наук.-практ. конф. 24 травня 2023 р. Львів: ЛНУП, 2023. 69-71.

2. Беженар І. М. Фінансова підтримка фермерських господарств. Реалізація політики модернізації економічної системи в сучасних умовах: матеріали науково-практичної конференції 5 вересня 2021 р. Дніпро: НО «Перспектива», 2021. С. 19-23.

3. Проект «Сімейні молочні ферми». URL: <https://smf.org.ua/about-project/>; <https://invest.smf.org.ua>

УДК 331.5

РИНОК ПРАЦІ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Олена Брезіцька

elenbrez@gmail.com

*ВСП «Фаховий коледж інженерії, управління та землевпорядкування НАУ»,
м.Київ, Україна*

Питання забезпечення потреб економіки в робочій силі та адаптації сфери зайнятості до умов війни з часом стає все більш актуальним, оскільки затяжна війна вносить суттєві зміни у функціонування економічної системи в цілому та ринок праці зокрема. Заходи державної політики в період військової агресії російської федерації спрямовані на формування гнучкості трудової сфери та забезпечення зайнятості населення, що проявляється у поступових позитивних змінах [3].

Незважаючи на поступову адаптацію економіки до нових умов функціонування, рівень

безробіття в Україні залишається високим. За оцінками дослідницького агентства «Info Sapiens», у січні 2024 року рівень безробіття становив 17%. Безробіття набуває структурних рис. Зміни в економіці, які відбулися внаслідок руйнування виробничих потужностей, виїзду українців за кордон та переселення в межах України, посилюють диспропорції на ринку праці. Тобто кваліфікація, яку пропонують працівники, не відповідає потребам роботодавців. Роботодавцям доведеться інвестувати в розвиток і навчання персоналу, так званий **reskilling i upskilling**, щоб перенаправляти людей на потрібні їм спеціальності [5].

Проблеми використання робочої сили загострюються в умовах поглиблення диспропорцій на ринку праці. Станом на 1 січня 2024 року загальна кількість безробітних, зареєстрованих у державній службі зайнятості (ДСЗ), становила 96,1 тис. осіб (з них понад 40% мають вищу освіту) при 40,2 тис. вакансій. У 2023 році статус безробітного мали 483,2 тис. осіб проти 867,6 тис. осіб у 2022 році, з них у 2023 році працевлаштовано 160,1 тис. осіб, професійно підготовлено 32,9 тис. осіб. у 2022 році відповідно – 248,8 тис. осіб та 46,6 тис. осіб [1].

Однак, офіційна статистика щодо кількості безробітних не повною мірою відображає ситуацію в країні, оскільки не має офіційних даних про осіб, які перебувають на тимчасово окупованих територіях. Крім того, частина незайнятого населення не реєструвалася в службах зайнятості. Майже чверть офіційно зареєстрованих безробітних в Україні – це працездатне населення віком до 35 років. Варто зазначити, що кількість офіційно зареєстрованих безробітних молодих людей під час війни зменшилася за рахунок зняття з обліку тих, хто мігрував за кордон (серед вимушених мігрантів приблизно 78% – найпродуктивнішого віку – 18-40 років) та за мобілізацією до лав Збройних Сил [2].

У січні 2024 року, за даними [Work.ua](https://work.ua/), роботодавці опублікували 91021 вакансію. Це на 6% менше, ніж було в грудні 2023 року та на 7% менше за січень 2022 року. Тобто наразі за кількістю пропозицій роботи ринок праці відновився на 93%. Але, як і раніше, це відновлення відбувається нерівномірно [1].

Ринок праці продовжує стабілізуватися, але Україна стикається з великим територіальним дисбалансом. Через ризики для безпеки бізнес перемістився здебільшого в західні регіони – там найбільша пропозиція вакансій. З іншого боку, чим ближче до лінії фронту, тим складніша ситуація на ринку праці.

Згідно із даними сервісу «Opendatabot» понад 300 тисяч реєстрацій нових ФОП та 37 тисяч нових компаній було зафіксовано в Україні за 2023 рік. Найпопулярнішими сферами стали роздрібна та оптова торгівля, ІТ та надання індивідуальних послуг [4].

Станом на 11 квітня 2024р. за допомогою урядової програми грантів для малого та середнього бізнесу «Робота, починаючи з липня 2022 року 14765 підприємців отримали гранти на суму 7,3 млрд. грн. В тому числі на програму «Власна справа» отримали 13618 мікрогрантів на суму 3,2 млрд. грн, «Свій сад, своя теплиця» - 177 грантів на суму 778 млн. грн., «Новий рівень» - 635 грантів на суму 3,2 млрд. грн, «Ветеранська програма» -335 грантів на суму 144 млн. грн.[3].

З початку дії програми грантів для ветеранів та другого з подружжя, станом на 02 квітня 2024 року було подано 1039 заяв, ухвалено 441 рішення на виділення грантів на суму 194 млн. грн., що дало можливість створити 921 робоче місце. Серед поданих заявок 55% це учасники бойових дій, 44% подружжя ветерана, 1% особа з інвалідністю внаслідок війни [3].

Треба також розуміти, що найближчим часом кількість людей в Україні буде зменшуватись. І якщо рік тому можна було говорити, що тон на ринку праці задає роботодавець, то зараз умови може диктувати пошукач. Винятком є лише ІТ-сфера, де на одну вакансію припадає близько 150 відгуків. Через брак працівників спостерігається зростання середнього рівня заробітної плати. Однак така ситуація тисне на роботодавців. Тому їм варто думати не лише про матеріальну мотивацію, а й про те, як зробити умови праці для працівників комфортними, щоб конкурувати за працівників не лише фінансово [6].

Незалежно від тривалості військових дій, програми відновлення та стабілізація

регіональних ринків праці мають бути розроблені негайно та з перспективою успішного економічного розвитку держави. Програми стабілізації ринку праці мають включати наступні аспекти: програми залучення мігрантів в економіку країни, які стосуватимуться як українців, так і іноземців. створення ефективних умов для самозайнятості населення, що дозволить розвантажити соціальну сферу; реформування системи соціального захисту населення, поліпшення умов праці, вдосконалення системи оплати праці, популяризація та виведення робітничих професій на рівень престижності; розвиток і підтримка на державному рівні високотехнологічних виробництв і сільського господарства; створення ефективних програм, спрямованих на перепрофілювання та підвищення кваліфікації, розвиток програм працевлаштування молоді, впровадження практики дуальної освіти; створення механізмів сприятливого інвестиційного клімату в країні; активізація центрів підтримки підприємництва, надання консультаційної підтримки підприємницьким ініціативам; сприяння розвитку індустріальних парків, розвиток інноваційних підприємств, стимулювання та підтримка стартапів, цифрова трансформація бізнесу та міжнародне партнерство тощо [1,3].

Список використаних джерел

1. Відновлення ринку праці в Україні в умовах війни: регіональні аспекти. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/sotsialna-polityka/vidnovlennya-rynku-pratsi-v-ukrayini-v-umovakh-viyny-rehionalni> (дата звернення: 10.04.2024).
2. Державна служба зайнятості URL: <https://www.dcz.gov.ua/stat/infograph> (дата звернення: 10.04.2024).
3. Любомудрова Н. П., Гойчук В. І. Зміни на ринку праці в умовах воєнного стану та перспективи післявоєнного відновлення. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1462> (дата звернення: 12.04.2024).
4. Понад 300 тисяч нових ФОПів відкрилося у 2023 році. Опендатабот. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/foponomics-2023-12> (дата звернення: 13.04.2024).
5. Пошук роботи: як змінився ринок праці в Україні під час війни та що буде після. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/1872/job-search-how-the-labour-market-in-ukraine-has-changed-during-the-war-and-what-will-happen-afterwards> (дата звернення: 12.04.2024).
6. Ринок праці під час війни: які зміни потрібні URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3827148-rinok-praci-pid-cas-vijni-aki-zmini-potribni.html> (дата звернення: 11.04.2024).

УДК 339.1

АНТИКВАРІАТ ЯК ОБ'ЄКТ ІНВЕСТИВАННЯ

Євген Васильчук

доктор політичних наук

vasilchuk220384@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Нерухомість, банківські депозити, цінні папери традиційно вважаються найбільш надійними засобами зберігання і примноження фінансових ресурсів. Поряд із ними одним із таких засобів зберігання та примноження капіталу є і антикваріат. Проте інвестиції у нього вимагають доволі масштабних багатосторонніх знань, адже потрібно знати які саме антикварні предмети користуються попитом і у перспективі зростатимуть у ціні, а також необхідно мати знання, досвід і навички, які дозволяють визначити справжній предмет та відокремити його від репліки чи банальної підробки.

Ексклюзивні та унікальні предмети старовини віком понад п'ятдесят років стабільно

користуються попитом. Незалежно від трендів соціально-економічного розвитку і суспільно-політичних катаклізмів антикваріат лишається досить стабільним і високоліквідним матеріалом. Поряд із матеріальними аспектами, колекціонування антикваріату є ознакою належності до певного елітарного прошарку суспільства. Це пояснюється, насамперед, тим, що власники колекцій зазвичай володіють унікальними знаннями у сфері мистецтва та історії, що підвищує власну значущість і соціальний престиж та дозволяє напрацювати нові корисні знайомства.

У радянський час за поціновувачами антикваріату закріплювався статус лише осіб із власним хобі і тільки після 1991 року фактично сформувався антикварний ринок зі своєю внутрішньою логікою, принципами функціонування та обліком можливих дивідендів.

На рівні масової свідомості антикваріат ототожнюється виключно із предметами старовини. Проте це не зовсім правильне визначення. Антикваріатом вважаються предмети, віком від п'ятдесяти років, що мають історичну та художньо-культурну цінність.

Усталеними напрямками антикваріату вважаються:

- нумізматика;
- фалеристика;
- філателія;
- вироби з фарфору;
- букіністика;
- колекційна зброя;
- ювелірні вироби;
- меблі.

Прихильники інвестування в антикварні предмети аргументують свою позицію такими моментами:

- за умови вибору і реалізації правильного напрямку інвестування в антикваріат можна суттєво збільшити обсяги своїх фінансових ресурсів;
- антикваріат завжди розглядається як довгострокова інвестиція;
- на деякі антикварні предмети існує стабільно високий попит;
- при бажанні навчатися у принципі ця сфера є доступною для кожного;
- поряд із інвестуванням людина поступово наближається до інтелектуального та культурного істеблішменту

Тим не менш, варто пам'ятати і про можливі ризики, такі як:

- ризик купівлі репліки або якісної підробки;
- складнощі зі зберіганням;
- можливі крадіжки;
- деякі законодавчі перепони

Відразу може виникнути питання де шукати коштовні предмети. Пошукова діяльність антиквара не обмежується лише інтернет-аукціонами, тематичними сайтами і формами для колекціонерів, магазинами при ломбардах тощо. Тут працює і власна інтуїція, і можливість віднайти цікаві предмети на «блошиних» ринках та стихійних торгових місцях, і постійно розширюване коло знайомств, що дозволяють отримати потрібну інформацію.

При набутті відповідних знань, досвіду та навичок це стає цілком звичною справою, яке розкриває цікавий світ старовини, історії та культури минулих поколінь, а також оберігає власні заощадження від можливої і не прогнозованої девальвації.

Список використаних джерел

1. Інвестиції в антикваріат: прибуток для терплячих. – Режим доступу : https://antykvar.com.ua/pub/Investytzii_v_antykvariat_prybutok_dlya_terplyachyh.html. (дата звернення 14.04.2024).

2. Інвестування в колекції антикваріату. – Режим доступу : <https://y2.com.ua/investment>. (дата звернення 14.04.2024).

УДК 338.48

ТРАНСФОРМАЦІЯ СФЕРИ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ УКРАЇНИ КРІЗЬ ПРИЗМУ ГЛОБАЛЬНИХ СВІТОВИХ ТРЕНДІВ

Максим Гедін

e-mail: maks300011@ukr.net

кандидат історичних наук, доцент

доцент кафедри психології і туризму

Київський національний лінгвістичний університет, м. Київ, Україна

Як відомо, сучасна сфера туризму і рекреації внаслідок пандемії та війни втратила приблизно 25 % підприємств. Одні з них не витримали кризових явищ, натомість, ті, які є діючими, мають обов'язково враховувати нові потреби і побажання клієнтів. В той же час в сфері туризму і рекреації актуалізуються нові напрями, які в перспективі здатні забезпечити весь комплекс туристичних послуг, включаючи дотримання безпеки. Сьогодні, наприклад, світовим трендом в сфері туризму і рекреації є поєднання бізнес-поїздок та відпочинку. Динаміка таких подорожей має постійну тенденцію до зростання. В таку поїздку можуть входити відвідування цікавих місць, виставок, а також спілкування з однодумцями і колегами з інших міст і країн. Як показують сучасні дослідження в сфері обслуговування близько 30 % споживачів туристичних послуг у світі замовляють послугу business + leisure [3, с.51-52]. Якщо порівнювати цей показник з показником десятирічної давнини, то динаміка зростання покаже майже в 3 рази.

В контексті розвитку різних видів туризму широкого поширення набули короткострокові тури вихідного дня. Їх популярність пов'язана з можливістю туристів отримати унікальні враження та досвід під час короткої поїздки. Туристи мають змогу отримати масу емоцій, відпочити від буднів і буденних справ всього за 2 дні поїздки, адже за цей час можна встигнути побувати на морі, в горах, зустрітися з родичами або друзями з іншої країни. Зараз для цього безліч транспортних можливостей (авіап перевезення, залізничний, морський транспорт, авіап перевезення).

Тут же можемо називати у якості сучасного тренду самостійні подорожі, розвиток яких дослідники пов'язують із соціальними мережами. Дійсно, в сучасних умовах розвитку сфери туризму і рекреації досить поширеним трендом є соло-туризм (подорожі наодинці). Причинами поширення цього явища є прагнення подивитися на людей і на світ навколо, спробувати щось нове, знайти нових друзів, розв'язатися, насолодитися світом та тишею, відволіктися від буденних справ і спілкування [1, с.25].

Актуальним трендом в сучасній сфері туризму і рекреації є Wellness-туризм, який презентує багато іновачій. Наприклад, SPA-готелі, основними елементами яких є оздоровчі кімнати та здорова їжа. SPA-готелі як інновації на ринку рухаються до задоволення по-треб людини у здоровому способі життя, відновлення після стресу в трудовому та сімейному житті. SPA-готелі пропонують більш здорову їжу, спа-центр та масаж, досвід природи, екологічні властивості, тренажерні зали, програми здорового сну (як широке подушкове меню, сніданки для сніданку та особисті консультації зі сном), програми медитації та уважності, тижні оздоровлення. Wellness центри передбачають збалансоване поєднання і взаємодію наступних про-грам: догляд за тілом та обличчям шляхом естетичних, косметичних і СПА (SPA) процедур, різних видів масажу і т.д.

Слід зазначити, що Wellness-туризм розвивається не тільки в теплих узбережжях зі сприятливим кліматом. Його активний розвиток зумовлений також наявністю інших ресурсів – мінеральних джерел, лікувальних грязей і т. д. Оптимальний варіант для туристі-споживачів таких послуг – це поєднання в одному місці і сонце, і море, і мінеральні джерела. Це є в таких місцях і зумовлює формування спеціальних лікувально-оздоровчих центрів [2, с.52].

Вони назвали SPA-курорти - від латинського «sanus per» aquam» або «sanitas pro aqua», що означає: «вода є джерело здоров'я» або «Здоров'я через воду». У SPA для лікування певних захворювань або просто за призначенням для зміцнення організму використовуються різноманітні природні речовини - морські мінерали, морські водорості і сіль, екстракти фруктів, квітів і овочів, ароматичні масла.

У наш час подорожі здійснюються виключно з лікувальною метою стають все більш популярними. Ця обставина має призвести до появи нового виду рекреаційного туризму, який називають медичним туризмом.

Сучасні трансформації туристсько-рекреаційних комплексів зумовлені двома обставинами. Пріоритетним стає здоровий спосіб життя та росте число людей, які хочуть підтримувати гарну фізичну форму й мають потребу у відновлюючих антистресових програмах. Вони охоплюють як класичні курси лікування, так і різноманітні засоби релаксації. Друга причина переорієнтації туристсько-рекреаційних комплексів полягає в тому, що їх традиційна підтримка, у тому числі фінансова, з боку муніципалітетів і держави, у зв'язку із нестабільною економічною та політичною ситуацією в країні, скорочується. Здравніці змушені вдосконалювати свій продукт, щоб вийти на нові сегменти споживчого ринку й залучити додаткових клієнтів [4].

Одним із найзатребуваніших на сьогоднішній день трендів сфери туризму і рекреації є сільський туризм, який відноситься до вивчення сільської флори і фауни і в основному до збереження краси сільської діаспори перед світом. Іншими словами, сільський туризм класифікується як форма туристичної індустрії, яка надає можливість продемонструвати культуру, життя та спадщину сільських корінних народів у сільській місцевості, а також забезпечує працевлаштування та інші інвестиційні можливості для місцевих жителів і дозволяє взаємодіяти з господаря та гостей для кращого досвіду подорожі. Безсумніву, зважаючи на особливості розвитку України як аграрної країни, перспективи розвитку сільського туризму в післявоєнний час є безсумнівними.

Таким чином, зміни в світовій економіці, виразно відображені перспективами відновлення й новітніми трендами розвитку туристичної галузі в європейському регіоні. Досліджені тренди засвідчують наявність таких ключових пріоритетів розвитку туристичної галузі: запити споживачів в царині внутрішнього туризму; інноваційні туристичні продукти; нові тренди в розвитку подорожей ділового сегменту тощо.

Список використаних джерел

1. Крупіца І. В., Євтушок О. В., Киричук В. Г. Світові тренди та перспективи розвитку туризму в Україні. *Економічний простір*. 2022. № 178. С. 24-30.
2. Устименко Л. та Булгакова Н. (2019). Розвиток wellness-туризму та його вплив на трансформацію туристичної індустрії України. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. № 2(1). С. 49–59.
3. Чаркіна Т.Ю., Зайцева В.М., Пікуліна О.В., Реукова А.О. Сучасні тренди розвитку та нові напрями туристичної індустрії. *Агросвіт*. 2022. № 3. С. 49–56.
4. Шум А. ТОП-10 найкращих гірськолижних курортів України. 2022. <https://otpusktime.com/uk/krainy/girskolyzhni-kurorty-ukrayiny/>

УДК 339.9:656 043)

СТАН ЛОГІСТИЧНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

Ірина Дернова

dernova@ukr.net

канд. екон. наук, доцент кафедри економіки, управління та адміністрування

Тетяна Боровик

boroviktm@ukr.net

старший викладач кафедри економіки, управління та адміністрування

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Сучасний стан логістичного сектору перебуває в досить складних умовах: спалах пандемії COVID-19 призупинив виробничу та логістичну діяльність у світі та Україні, що вплинуло на попит і постачання продукції, надання послуг. Слід зазначити, що «світова торгівля послугами порівняно з торгівлею товарами постраждала від пандемії значно більшою мірою. Найбільшого скорочення зазнали послуги, пов'язані з подорожами та транспортні послуги. Однак, у 2021 році відбулося відновлення обсягів транспортних послуг, особливо це стосувалося Азії та Європи» [1]. Наступним викликом для національної економіки стала збройна агресія проти України, що вплинуло на зміну логістики через блокаду портів, зменшення попиту на товари чи послуги та проблеми з енергопостачанням.

Ефективності побудови логістичних структур для забезпечення потреб національної економіки досліджують вітчизняні і зарубіжні економісти та науковці, зокрема Ю.В. Тараненко, С.В. Свиридко, Н.А. Гринчак аналізують ринок логістичних послуг; І.В. Петрик, О.Ю. Бочко, Н.В. Фігун, О.Б. Білошевська, Ю.О. Крюкова досліджують діяльність логістичного сектору в світі за допомогою Індексу ефективності логістики; О.С. Молнар, Є.С. Палійчук розробили методологію визначення логістичної ефективності; Н.М. Пономарьова, Д.В. Дорошкевич, Я.В. Олійника, Д.В. Малащука, Н.А. Гринчак досліджували питання міжнародної логістики; Р.В. Сагайдак-Нікітюк, З.С. Люльчак, А.М. Бутов, Л.Р. Прус розглядали питання сучасної нормативно-правової бази логістичної діяльності. Однак, в умовах воєнного стану питання побудови та ефективності функціонування логістичних структур на вітчизняному та міжнародному ринку набуло особливої актуальності.

Альтернативою виміру інституціональних особливостей національної та світової економіки з формуванням глобальних логістичних систем стало визначення ефективності діяльності у сфері логістики. Рішення даного питання запропонував Міжнародний Банк Реконструкції та Розвитку у своєму дослідженні логістичної діяльності в рамках глобальної економіки [2, с. 34]. Починаючи з 2007 року, Світовий банк оприлюднює індекс ефективності логістики (LPI – Logistic Performance Index), який визначає легкість здійснення поставок товарів та стан торгової логістики на національному та міжнародному рівнях. LPI є інтерактивним інструментом бенчмаркінгу та створений для того, щоб допомогти країнам визначити проблеми та можливості, з якими вони стикаються під час виконання торговельної логістики, а також те, що вони можуть зробити, щоб покращити свою ефективність. Показник дозволяє виміряти ефективність роботи ланцюгів постачань у міжнародній торгівлі, розраховується кожні 2 роки для 167 країн світу. Криза, спричинена світовою пандемією, та економічний спад у світі були причиною призупинити складання рейтингу на більший період часу, що спричинило розрив у часі між версіями 2018 та 2023 років. LPI 2023 дозволяє проводити порівняння для 139 країн. Індекс оцінює наступні підіндикатори:

- 1) ефективність роботи митних органів;
- 2) якість інфраструктури;
- 3) простоту організації міжнародних постачань товарів;
- 4) компетенцію в логістиці;

5) можливість відстеження товару впродовж всього ланцюжка поставок;

6) дотримання термінів поставки товару [3]. Найбільш ефективну логістику має Німеччина, яка останні роки очолює рейтинг, а величина LPI – 4.19. Проаналізуємо позицію України згідно Індексу ефективності логістики та вплив підіндексів на його формування у табл. 1.

Таблиця 1

Позиція України в рейтингу Індексу ефективності логістики за 2007-2023 рр.

Індекс ефективності логістики	2007	2010	2012	2014	2016	2018	2023
Місце України в рейтингу	73	102	66	61	80	66	79
Бали України в рейтингу	2,55	2,57	2,85	2,98	2,74	2,83	2,7
Митниця	2,22	2,02	2,41	2,69	2,30	2,49	2,4
Інфраструктура	2,35	2,44	2,69	2,65	2,49	2,22	2,4
Міжнародні поставки	2,53	2,79	2,72	2,95	2,59	2,83	2,8
Логістична компетентність	2,41	2,59	2,85	2,84	2,55	2,84	2,6
Відстеження товару	2,53	2,49	3,15	3,20	2,96	3,11	2,6
Своєчасність	3,31	3,06	3,31	3,51	3,51	3,42	3,1

Джерело: складено авторами за даними [4; 5, с. 187].

Згідно з даними рейтингу 2007-2023 рр., позиція України за показником Індексу ефективності логістики коливається, що можна пояснити зміною методики оцінки LPI у 2010 та 2023 роках, політичною та економічною ситуацією 2013-2014 рр., а також введенням воєнного стану на території України з 24 лютого 2022 року. У 2018 році вітчизняна логістика отримала 2,83 бали і піднялася на 14 позицій (66 місце проти 80 у 2016 році та 61 у 2014 році). За період 2016-2018 рр. поліпшилися чотири підіндикатори з шести, а ситуація щодо якості інфраструктури (-0,27 бали, 119 місце), своєчасності доставки вантажів (-0,09 бали, 56 місце) дещо погіршилася. У 2023 році Україна опустилася в рейтингу на 13 позицій проти 2018 року, а також знизилася значення індикаторів за п'ятьма підіндикаторами. За показником «Інфраструктура» позиції України поліпшилися (+0,18 бали, 89 місце), а найбільш проблемними в логістичному ланцюгу є своєчасність поставок (-0,32 бали, 76 місце проти 56 місця у 2018 році) та можливість відстеження вантажів (-0,51 балів, 94 місце проти 52). Місце України в рейтингу Індексу ефективності логістики за 2007-2023 рр. наведено на рис. 1.



Рис. 2. Місце України в рейтингу Індексу ефективності логістики за 2007-2023 рр.

Джерело: складено авторами за даними [4; 5, с. 189].

Україна за методикою LPI належить до групи країн з обмеженим рівнем розвитку логістичного середовища і значно відстає від країн-лідерів. Позицію України у порівнянні з найближчими географічними сусідами, які мають розвинені логістичні хаби за даними LPI 2018 та 2023 рр. узагальнено на рис 2.

У 2018 р. Грузія в рейтингу займала 119 позицію, а у 2023 р. – розділила 79 місце разом з Україною. Значний прорив зробила в рейтингу Латвія піднявшись з 70 позиції у 2018 році до 34 у 2023 році, випередивши Чехію (43 місце), Румунію, Болгарію (51 місце). Польща залишається лідером серед аналізованих країн та піднялася у рейтингу на 2 сходинки до 26 місця.

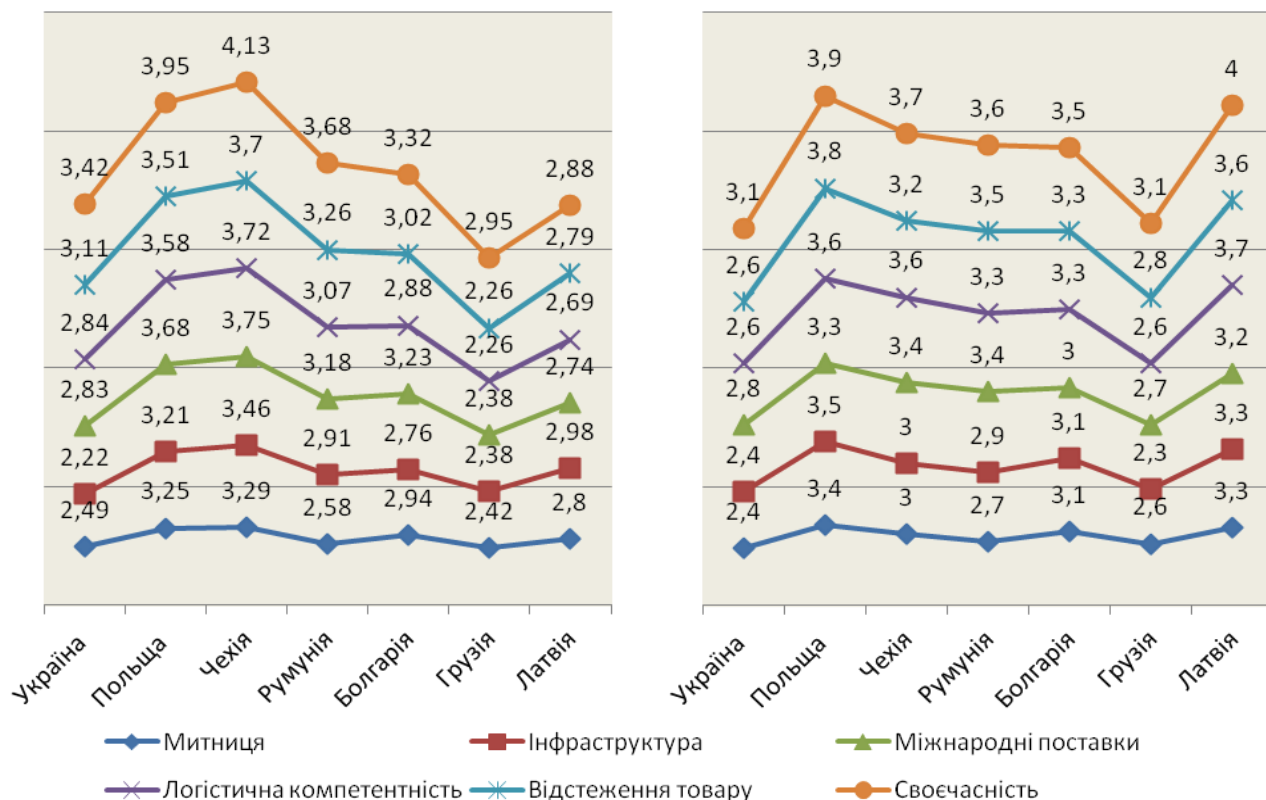


Рис. 2. Позиція України в рейтингу Індексу ефективності логістики у розрізі підіндексів у 2018 р. та 2023 р.

Джерело: складено авторами за даними [4; 5, с. 189].

Згідно з проведеним аналізом за показником Індексу ефективності логістики можна зробити висновок, що виклики останніх років вплинули на позицію України в рейтингу. Хоча за окремими показниками наявна тенденція до зростання та за окремими показниками має найсильнішу позицію серед країн Євразії, але суттєво поступається позиціями європейським країнам: Польщі, Болгарії, Латвії тощо. Хоча «запропонований індекс LPI на сьогоднішній день є єдиним узагальнюючим показником для оцінки ефективності логістики країни» [2, с. 36], проте має суттєві недоліки та суб'єктивні фактори, які потребують більш детального вивчення для встановлення об'єктивних суджень у дослідженні. Індекс ефективності логістики допомагає визначити де є покращення та що можна зробити для підвищення конкурентоспроможності. Наскрізна цифровізація логістичного ланцюга має допомогти скоротити затримки на шляху поставок.

Список використаних джерел

1. Дернова І.А. Світовий ринок послуг: сучасний стан та тенденції розвитку. *Економіка та суспільство*, 2023. № 50. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-45> (дата звернення: 07 лютого 2024).
2. Крюкова Ю.О. Оцінка ефективності логістики. *Scientific Journal «ScienceRise»*. 2015. № 1/1(6). С. 34-36.

3. Митна енциклопедія: У двох томах. Хмельницький: ПП Мельник А. А., 2013. Т 1. 472 с.

4. Logistics Performance Index. URL: https://lpi-worldbank-org.translate.google/report?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=uk&_x_tr_hl=uk&_x_tr_pto=wapp (дата звернення: 07 лютого 2024).

5. Іванова І.В., Боровик Т.М., Руденко А.Ю., Залозна Т.Г. Ринок логістичних послуг України: сучасний стан, проблеми, перспективи. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 6. С. 181-192. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/34213> (дата звернення 05 лютого 2024).

UDC 378:339

IMPACT OF GLOBAL WORKPLACE TRENDS ON THE LANDSCAPE OF EDUCATION

Iryna Ivanova

irivik@gmail.com

PhD in Education, Associate Professor

Cherkasy State Business College, Cherkasy, Ukraine

Global workplace trends have long proved to shape many fields of human activity. They appear to have the strongest impact on the landscape of education, posing new challenges and great opportunities. Many experts outline the trends that will rule the world in the near future. The analysis of various world reports has enabled us to highlight the main directions these trends will influence education. We have grouped them according to the focus criterion.

1. Rise of Technology

- Artificial Intelligence (AI): Analysts are trying to predict how artificial intelligence can affect the landscape of various industries, hoping to increase productivity, improve business processes, attract more customers, and increase profits. Whatever the views on artificial intelligence, one thing is clear that both large multinational corporations and small local companies will have to study how artificial intelligence can affect their operations and be most valuable [1]. It personalizes learning by tailoring content and instruction to individual student needs. AI can also automate tasks like grading and provide feedback.

- Virtual and Augmented Reality (VR/AR) creates immersive learning experiences that can bring abstract concepts to life and allow practicing skills in a safe environment.

- Big Data analyzes educational data to identify student strengths, weaknesses, and areas where the curriculum can be improved.

2. Increasing Globalization

- International Mobility. As the workforce becomes more global, students need strong foreign language skills and an understanding of diverse cultures to be successful [2].

- Internationalization of Education. Managing global economic trends also requires capacity cooperate with other countries and international organizations for solutions common problems and promotion of economic growth and development [3, p.109]. Universities are collaborating more with international partners, offering exchange programs, and creating globally-focused programs to prepare students for the international job market.

3. Climate Change and Sustainability

- Environmental Awareness. Education needs to equip students with the knowledge and skills to address environmental challenges and promote sustainability.

- Focus on Sustainability. Educational programs are incorporating knowledge about ecological and social issues to prepare future generations for a sustainable future.

4. Economic and Social Shifts

- **Automation.** Jobs are being automated, requiring a shift in education to focus on skills needed for new job markets. This includes critical thinking, problem-solving, creativity, and adaptability. Education needs to prioritize developing these skills alongside technical knowledge.

- **Widening Inequality.** Education plays a crucial role in ensuring equal opportunities. Educational systems need to be accessible and provide quality education for everyone, regardless of socioeconomic background.

The analysis shows that the trends can be also characterized according to the chronological criterion as traditional (globalization, technological advancement and climate change) and new ones (demographic shifts in terms on increasing refugees, adapting to cater to diverse student populations (e.g., aging population). However, traditional trends also take new forms due to advancements causing them to either evolve or disappear entirely. Sometimes, advancements don't eliminate traditional trends, but rather integrate with them. New technologies can enhance or complement existing practices. Advancements can make traditional trends faster, easier, or more affordable.

Global trends not only provide with opportunities but also put forward challenges for education. They include:

- **Upgrading Infrastructure.** Many educational institutions require enhancement to their physical infrastructure and technology to integrate these trends effectively. Universities need to invest in resources and training to ensure faculty are comfortable and proficient in using educational technologies. Additionally, exploring new teaching methods that leverage technology effectively can enhance learning experiences.

- **Professional Development.** Academic staff need ongoing training to stay updated on new technologies and pedagogical approaches to leverage these trends effectively.

- **Bridging Educational Inequality Gap.** Ensuring equitable access to quality education, regardless of location, socioeconomic background, or financial limitations, is an ongoing challenge. Rising tuition costs and student loan debt create barriers to access for many students. This can exacerbate social inequality and limit participation in higher education. Universities need to explore innovative solutions like online learning platforms, scholarships, and alternative funding models to make education more affordable and accessible to a wider student population.

- **Curriculum Relevance.** The rapid pace of technological advancement and knowledge creation can make traditional curriculums outdated quickly. Skills relevant today might not be in high demand tomorrow. Universities need to adopt flexible and adaptable curriculum structures that can be updated regularly to incorporate new knowledge and emerging fields. Additionally, a focus on core skills like critical thinking, problem-solving, and lifelong learning can prepare students for adaptability in the job market.

- **Evolving Job Market.** Universities face the challenge to train students the way that they fit the job market of the future providing skills and knowledge for the jobs that do not exist nowadays. Universities can collaborate with stakeholders to understand future workforce needs and tailor programs accordingly. Additionally, a focus is on the growing role of self-education. People learn more and more throughout their lives, so education must provide them with the knowledge and skills they need to learn independently.

Thus, by adapting to these trends and capitalizing on the opportunities they present, educational systems can prepare students for the demands of the evolving workplace and empower them to be successful and responsible global citizens. Universities need to be proactive and adaptable to meet the challenges of global trends. By continuously innovating, embracing technology, and prioritizing student needs, universities can continue to deliver a high-quality education that prepares graduates for the complexities of the 21st century.

It is important that Ukrainian education responds to challenges and uses opportunities created by global trends. This will allow Ukraine to prepare a new generation of people who will be competitive on the global labor market.

References

1. Іванова І.В., Боровик Т.М., Залозна Т.Г., Руденко А.Ю. Використання штучного інтелекту в маркетингу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Т. 7, № 2. С. 32–42. DOI: <https://doi.org/10.15276/mdt.7.2.2023.3>
2. Іванова І.В. Формування культурологічної компетентності майбутніх фахівців бізнес сфери у процесі навчання іншомовного професійного спілкування. *Вісник Житомирського державного університету. Педагогічні науки*. 2008. С. 45–46.
3. Єфремова Н., Ломовських Л. Управління сучасними трендами розвитку Глобальної економіки. *Галицький економічний вісник*. No 5 (84) 2023. С. 107-113

УДК 331.1:005.95/96

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В РЕАЛІЯХ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Ольга Каламан

kalaman.olga@gmail.com

доктор економічних наук, доцент, професор кафедри менеджменту

Олексій Журавльов

аспірант

Міжнародний гуманітарний університет, м. Одеса, Україна

В умовах сьогодення для економічно ефективних підприємств України мають бути створені особливо сприятливі умови їхнього функціонування. Безумовно зовнішнє середовище підприємств, відповідно до класичного погляду на теорію менеджменту, не піддається контролю, а лише здійснює вплив на діяльність підприємства. При обставинах, що склалися, підприємствам доцільно звернути увагу на внутрішнє середовище їхнього функціонування. На нашу думку, найраціональнішим буде сконцентрувати зусилля на підвищенні ефективності персоналу шляхом вирішення двох основних питань: де приймаються рішення щодо людських ресурсів? хто відповідає за ці кадрові рішення? Централізація означає, що прийняття основних рішень і формулювання політики організовуються і здійснюються в одному місці (у штаб-квартирі), тоді як децентралізація означає, що прийняття основних рішень і формулювання політики організовуються і здійснюються в кількох місцях (у відділі або департаменті організації).

Те, як організовані відділи людських ресурсів, значно відрізняється від однієї компанії до іншої не лише через відмінності в типі галузі, але також через відмінності у філософії, культурі та стратегічних планах підприємства. Корисно порівняти централізовану структуру людських ресурсів із децентралізованою структурою ресурсів. У централізованій структурі людських ресурсів великі спеціалізовані корпоративні відділи кадрів формулюють і розробляють стратегію роботи з персоналом і заходи, які потім передаються невеликому штату кадрів операційних підрозділів для реалізації. Досягається висока послідовність і відповідність корпоративним цілям. У моделях децентралізації невеликий корпоративний персонал керує лише системою людських ресурсів для керівників і діє як радник лише для операційних підрозділів. Тому існує ширша розбіжність у практиці роботи з персоналом і гнучкості для роботи, щоб якомога ефективніше вирішувати проблеми людського ресурсу [1].

Через швидку зміну та жорстку конкуренцію середовище, здається, має тенденцію до більшої децентралізації та делегування людських обов'язків нижчому рівню людських ресурсів і самим операційним підрозділам і керівникам. Разом з цим спостерігається тенденція до меншої формалізації політики щодо людських ресурсів. Ці умови дають відділу людських ресурсів та організації гнучкість для того, щоб справлятися з навколишнім середовищем, що

швидко змінюється. Зменшення бюрократизації функції відділу людських ресурсів може призвести до більшої відкритості в перспективі людських ресурсів і використаних методах. Звичайно, такі види діяльності, як питання справедливого працевлаштування та компенсації, можливо, доведеться централізувати через вимоги законодавства та заради узгодженості, однак загальна тенденція полягає в меншій формалізації та меншій централізації. Поряд з цим необхідно, щоб кожен відповідав за управління людськими ресурсами [2].

Ефективне управління людськими ресурсами є завданням осіб, які спеціалізуються на цьому і несуть основну відповідальність за управління людськими ресурсами. Менеджери з персоналу включають персонал і лінійних керівників (ті, хто відповідає за працівників, які виробляють продукцію та надають послуги компанії). Ці дві групи менеджерів взаємозалежні в управлінні людськими ресурсами. Все частіше вони працюють разом. Таким чином, до управління людськими ресурсами будуть залучені головні виконавчі директори (С.Е.О.), менеджери з персоналу та всі рівні вищого керівництва [3].

Серед інших керівників вищої ланки керівник відділу кадрів не відрізнятиметься від інших у тому, що він піклується про потреби бізнесу та розуміє їх, так само співробітники відділу кадрів не відрізнятимуться від своїх колег, які беруть участь у формуванні людських ресурсів. Функціональні та лінійні керівники, кадровий персонал і неуправлінські працівники разом формуватимуть і впроваджуватимуть діяльність, структуру, ролі, політику, цілі та практику людського ресурсу. Співробітники також беруть на себе функцію з управління ресурсами. Наприклад, співробітників можуть попросити оцінити свою власну роботу чи роботу своїх колег. Більше не прийнято, щоб працівники самі писали свою посадову інструкцію. Мабуть, найважливішим є те, що працівники відіграють більш активну роль в управлінні власною кар'єрою, оцінці власних потреб і цінностей і плануванні власної роботи. Незважаючи на це, відділ управління людськими ресурсами допомагає спрямувати цей процес у ці цілі, але він має бути укомплектовано кваліфікованими спеціалістами [3, 4].

Основне завдання відділу персоналу полягає в тому, щоб кадрові ресурси підприємства використовувалися якомога ефективніше, щоб залучити й утримати кадрові ресурси організації. Менеджери з персоналу виконують 4 важливі ролі: створюють і впроваджують політику, розробляють управлінські рішення, надають послуги та контролюють кадрові програми та процедури. Так, політика є посібником для мислення керівництва, і вони допомагають керівництву досягати цілей організації. Керівники вищого персоналу зазвичай відповідають за формування політики. Політика не повинна бути сформульована сама, але також має бути впроваджена в організацію, і цю функцію також виконує відділ персоналу [5].

Протягом останніх кількох десятиліть управління стає все більш складним процесом. Обмежувальне правове середовище, складні технології, досвідчена робоча сила та попит працівників і суспільних груп на більш «соціально відповідальну діяльність» – це деякі з факторів тиску, який відчують керівники. Щоб впоратися зі складними проблемами, керівники часто звертаються до експертів за порадою та консультацією. Усі співробітники зобов'язані забезпечити, щоб їхні поради були обґрунтованими, об'єктивними та справедливими та сприяли досягненню цілей організації. Послуги, що надаються відділом персоналу, як правило, є постійними програмами та діяльністю з персоналом, які допомагають лінійним керівникам і адміністраторам у виконанні їхньої роботи. Важко відокремити послуги від інших обов'язків персоналу. З іншого боку, відділ персоналу використовую кожну одиницю персоналу для обслуговування інших організаційних підрозділів, і практично всі види діяльності з персоналу можна загалом назвати певною формою обслуговування, з іншого боку, ці функції персоналу є явно послугами: підбір, відбір і розстановка кадрів; навчання та розвиток; дослідження персоналу; програми розвитку корпоративної культури та ін. [6].

Як і відділ контролю якості практично на кожному виробничому підприємстві, відділ персоналу виконує важливі для управління людськими ресурсами контрольні функції. Наприклад, письмова політика щодо рівних можливостей працевлаштування є неефективною, якщо керівники не знають про цю політику та не дотримуються її. Менеджери з персоналу

несуть відповідальність за моніторинг цілей персоналу та принципи забезпечення їх досягнення. Щоб відділ кадрів міг ефективно виконувати всі свої функції, він повинен мати керівника, який добре обізнаний у сфері людських ресурсів. Керівник відділу людських ресурсів також повинен бути знайомий із потребами бізнесу та мати можливість працювати пліч-о-пліч із лінійним керівництвом як партнер у таких питаннях, як злиття та поглинання, продуктивність і зусилля з підвищення якості.

Зараз, як ніколи раніше, управління людськими ресурсами визнано критично важливим для виживання та успіху підприємства. У 1991 р. IBM і всесвітньо відома консалтингова фірма towers Perrin спільно провели всесвітнє дослідження за участю майже 3 тисяч керівників вищої ланки персоналу та управління людськими ресурсами, й головних виконавчих директорів. Результати свідчать про те, що близько сімдесяти відсотків менеджерів з персоналу бачать функцію управління персоналом критично важливою для успіху організацій [3, 4].

Зовнішні фактори – це ті фактори, які впливають на організацію, які менеджер з персоналу практично не контролює. Адміністрація з персоналу повинна розуміти природу та важливість зовнішнього середовища та визнавати його вплив на поточну та майбутню діяльність персоналу. Так, правове середовище, в якому працюють сучасні бізнес-організації, дуже далеке від сприятливого. Адам Сміт 200 років тому у своїй класичній праці «Здоров'я націй» виступав за кадрові програми, які не тільки задовольняють потреби як організації, так і співробітників, але вони також повинні задовольняти незліченну кількість правових вимог. Законодавчі акти все частіше допомагають формувати кадрові програми, допомагаючи кадровим адміністраторам вивчати різні закони, знати, як їх слід тлумачити, і розуміти, як вони впливають на фірму [3, 4].

Крім того, постійною проблемою для менеджерів з персоналу є найм і відбір кваліфікованих, мотивованих людей за розумну заробітну плату. Умови ринку праці, на які значною мірою впливають попит і пропозиція робочої сили, визначають, чи зможе організація задовольнити свої цілі. Як і правове середовище, умови на ринку праці досить мінливі, а часом і непередбачувані. Ринок праці часто додає елемент розчарування, безумовно, і без того різноманітній діяльності персоналу. Значною мірою суспільні цінності, ставлення та вигоди впливають на те, що працівники хочуть від своєї роботи. Безумовно, всі працівники вимагають більше, ніж справедливую зарплату та безпечне та здорове місце роботи. Багатьом подобається більша залученість у свою роботу та вони домагаються підвищеної уваги керівництва до їхніх конкретних робочих проблем і потреб. Такі вимоги, ймовірно, посиляться в найближчі роки, оскільки прагнення працівників зростають разом із підвищенням рівня їхньої освіти [5].

Значною мірою новий, але заслужений престиж відділу персоналу є результатом величезної відповідальності, яку взяли на себе менеджери з персоналу. Сьогодні чимало проблем і питань, які традиційно належали до компетенції відділу кадрів, залишаються на їхній відповідальності. Прикладами є набір, відбір, орієнтація та навчання висококваліфікованого персоналу, аналіз та оцінка роботи, трудові відносини та системи оцінки працівників. Актуальні проблеми породили нову еру професіоналізму в управлінні персоналом. Деякі з цих проблем і труднощів стосуються продуктивних покращень, якості трудового життя, безпеки та здоров'я, рівних можливостей працевлаштування та збільшення комп'ютерної праці. Саму тому вирішення перелічених проблем стане основою стійкого розвитку для сучасних підприємств України.

Список використаних джерел

1. Kalaman O., Mandrykin D. Labor potential as an important factor in improving the efficiency of enterprises in the hospitality industry. Причорноморські економічні студії. 2023. № 79. С. 107-113. DOI: 10.32782/bses.79-15.
2. Kalaman O., Botek M., Mandrykin D. Convergence and differentiation of scientific approaches to the management of enterprise human capital development. Економічний простір. 2023. № 183. С.51-58. DOI: 10.32782/2224-6282/183-8.

3. Keegan A., Meijerink J. Dynamism and realignment in the HR architecture: Online labor platform ecosystems and the key role of contractors. Human Resource Management. 2023. Vol. 62(1). P. 15–29. DOI: 10.1002/hrm.22120.

4. Ellingson J. E., Tirol-Carmody K. B. Unlocking the Potential of Other-ratings for Human Resource Management Research. Research in Personnel and Human Resources Management. Emerald Publishing Limited, 2022. Т. 40. С. 1-41.

5. Каламан О. Б., Журавльов О. О. Ключові виклики управління людськими ресурсами на підприємствах індустрії гостинності. Адаптація до глобальних змін та викликів: нові форми економіки, ресурсоефективні технології, захист довкілля : збірник матеріалів Всеукраїнська науково-практична конференції, м. Івано-Франківськ, 18.05.2023 : ІФНТУНІГ, 2023. С. 58-60.

6. Каламан О. Б., Журавльов О. О. Основні складові системи управління людськими ресурсами на підприємствах індустрії гостинності. Технологія-2023: матеріали міжн. наук.-практична конференція 26.05.2023. м. Київ. Київ : СУНУ ім. В. Даля, 2023. С. 280-282.

УДК 658.3:159.9

ЕФЕКТИВНІСТЬ ЛІДЕРСТВА В ОРГАНІЗАЦІЯХ

Анастасія Кацапова

kacapovan@gmail.com

Олександр Крупський

*канд. психол. н., доцент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту
Дніпровський національний університет ім. Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна*

Сьогодні, в умовах ХХІ століття, одним з ключових чинників, від яких залежить успішність діяльності організацій, визнається лідерство [2]. Саме на розвиток лідерства сьогодні спрямовуються зусилля у багатьох країнах світу, як розвинених, так і тих, що прагнуть посилити свою конкурентоспроможність на міжнародній арені [6]. Лідерство стає тим «клеєм» без якого не може ефективно існувати жодна організація. Саме тому, однією з загальних тенденцій нашого часу є пошук захопливого та креативного лідерства [5].

Лідерство – поняття багатовимірне, яке є функцією від взаємодії лідерів і підлеглих, тих що веде і тих що наслідують, а також це процес впливу на людей для досягнення спільних цілей [9, 11]. Лідер – це особистість, яка користується беззастережним авторитетом і повагою з огляду на свої видатні індивідуальні людські, інтелектуальні або фахові якості, це людина, яка розподіляє завдання між членами групи так, щоб кожен з них міг проявити ініціативу [8]. Лідер - це особа, яка чітко усвідомлює свою мету та вміє знаходити шляхи для її досягнення, обладнана достатньою енергією та здібностями для цього. Поняття "лідер" означає "той, хто веде, керує". Лідер відрізняється від менеджера тим, що не лише надає інструкції, але й мотивує та надихає людей до досягнення спільної мети. [7].

Роль лідера виникає стихійно, її немає в штатних розписах, лідерство феномен психологічний - тоді як керівництво – соціальний [1]. Виконати цю роль неможливо без відповідних комунікативних навичок [4]. Ефективне лідерство – це те, яке веде до успіху організації. Неможливо ефективно виконувати функції планування, організації, мотивації і контролю, якщо немає ефективного керівництва і лідерів, здатних захоплювати інших працівників, позитивно впливати на них і вести за собою, тим самим досягаючи благоприємних кінцевих результатів [7]. Ефективність лідерства в організаціях ґрунтується на чіткому баченні майбутнього та стратегії, що дають чіткий напрямок. Лідер мотивує та надихає свою команду, створюючи позитивну атмосферу, визнаючи досягнення та надаючи можливості для розвитку. Вміння чітко спілкуватися, делегувати повноваження та довіряти підлеглим – це ключові якості ефективного лідера. Здатність приймати обґрунтовані рішення, навіть в умовах невизначеності,

та високий рівень емоційного інтелекту, що дає розуміння емоцій інших людей, роблять лідера незамінним. Постійне саморозвиток, вдосконалення своїх навичок та знань, а також зворотний зв'язок від команди роблять лідера по-справжньому ефективним [10].

Лідерство базується на розвитку когнітивних функцій, таких як пам'ять та мислення, особливо на позитивному спрямуванні мислення лідера, його інтелектуальних здібностях та емоційній стійкості, а також на навичках адаптивного управління та креативності. Цей процес передбачає розвиток комунікативної компетентності, вміння вирішувати конфлікти та вміло вести діалоги, додержання ділової етики та виявлення морального лідерства.

Команда визначає принципи та методи формування харизматичного лідера, особливо парадоксального лідера, принципи побудови команди, місце та роль лідерських якостей у трудовому потенціалі особистості [3].

Згідно з поведінковим підходом до лідерства, ефективність управління визначається не стільки особистими якостями, скільки тим, як керівник взаємодіє зі своїми підлеглими. Поведінковий підхід до лідерства зосереджується на конкретних стилях керівництва.

Стиль керування – це манера поведінки керівника щодо підлеглих, через яку і здійснюється вплив на працівників організації, а також це система постійно впроваджуваних методів керівництва. Для авторитарного типу характерним є жорстке, одноосібне ухвалення рішень, що стосуються колективу, та слабкий інтерес до працівника як до особи. Демократичний тип прагне до вироблення конкретних рішень, демонструючи при цьому інтерес до неформального людського аспекту стосунків. Нейтральний тип характеризується цілковитою відстороненістю від справ колективу [12].

Ефективність лідерства неможливо переоцінити. Лідер, який володіє необхідними навичками, знаннями та особистими якостями, здатен не лише мотивувати та надихати свою команду, але й значно впливати на різні аспекти організації, роблячи її більш успішною, стійкою та конкурентоспроможною. Основним критерієм успіху менеджера є не лише його власні дії, а й здатність спонукати інших працювати разом. Заохочення або мотивація людей можлива лише через ефективний вплив на них.

Лідерські якості можна розвивати за допомогою навчання, практики та саморозвитку. Існує багато програм та ресурсів, які можуть допомогти людям стати більш ефективними лідерами. Організація в якій є ефективний, а не формальний лідер - "приречена на успіх". Лідер, який володіє чітким баченням, вміє мотивувати та надихати людей, а також приймати обґрунтовані рішення, може значно поліпшити результати роботи організації.

Отже, лідерство – це процес, який проявляється у різних сферах життя. Головне завдання лідера - передати підлеглим бажання досягти цілі, оскільки успіх приходить тоді, коли підлегли самі мають мотивацію яку спонукає їх на досягнення. Ефективне лідерство – це не дар, а набір навичок, які можна розвивати, вдосконалювати та інвестувати в успіх організації.

Список використаних джерел

1. Акімова Т. Ю. Формування лідерських якостей молоді як необхідна умова розвитку держави. *Public Administration and Regional Development*. 2021, №4. С. 850-868. <https://doi.org/10.34132/pard2021.14.02>.
2. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З., Загинайло В. А. Роль лідерства та комунікацій у забезпеченні розвитку сучасних підприємницьких структур. *Бізнес Інформ*. 2022. Т. 5. С. 75-83. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-5-75-83>.
3. Гура Т., Романовський О., Книш А. Психологія лідерства в бізнесі: Харків : «Друкарня Мадрид», 2017. – 100 с.
4. Крупский А. П., Стасюк Ю. М. Коммуникативная компетентность как необходимый элемент профессиональной культуры менеджера. Педагогіка вищої та середньої школи: [збірн. наук. праць]. 2009. Вип. 25. С. 111-116.
5. Крупський О. П. Вплив стилю лідерства на характеристичні риси організаційної культури туристичних підприємств. *Бізнес Інформ*. 2015. №. 8 (451). С. 253-260.

6. Csikszentmihalyi M. *Good business: Leadership, flow, and the making of meaning*. Penguin, 2004. 256 p.
7. Gronn P. Distributed leadership as a unit of analysis. *The leadership quarterly*. 2002. Т. 13. №. 4. Р. 423-451. [https://doi.org/10.1016/S1048-9843\(02\)00120-0](https://doi.org/10.1016/S1048-9843(02)00120-0).
8. Gustavson P., Liff S. *A team of leaders: Empowering every member to take ownership, demonstrate initiative, and deliver results*. Amacom, 2014. 240 p.
9. Hernandez M. et al. The loci and mechanisms of leadership: Exploring a more comprehensive view of leadership theory. *The leadership quarterly*. 2011. Т. 22. №. 6. Р. 1165-1185.
10. Kozhushko L., Shcherbakova A. Leadership as a prerequisite for an effective management system of organization. *Bulletin National University of Water and Environmental Engineering*. 2021. Т. 4. № 92. Р. 85-95.
11. Northouse, P. G. *Leadership: Theory and practice*. Sage publications, 2021. 520 p.
12. Rad A. M. M., Yarmohammadian M. H. A study of relationship between managers' leadership style and employees' job satisfaction. *Leadership in Health services*. 2006. Т. 19. №. 2. Р. 11-28.

УДК 336.748

ВАЛЮТНИЙ КУРС В УКРАЇНІ

Вікторія Коржук

qwfxfvff@gmail.com

*Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова,
м. Хмельницький, Україна*

*Науковий керівник: Тетяна Піхняк, к.е.н., доцентка, доцентка кафедри
менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій*

В сучасному глобальному економічному середовищі валютний курс є однією з ключових тем, яка має велике значення. Кожного дня мільйони людей, підприємств і урядів по всьому світу стикаються зі змінами валютних курсів, які можуть суттєво вплинути на їх фінансове становище, торговельні угоди та загальні макроекономічні показники. Розуміння та ефективне управління валютним курсом є важливими для забезпечення стабільності, розвитку та процвітання національних та світових економік. Знання про актуальні валютні курси допомагає людям та організаціям приймати рішення щодо інвестицій, торгівлі, розрахунків та фінансового планування. Багато людей слідкують за валютними курсами, щоб вигідно обмінювати гроші, вкладати кошти в іноземну валюту або здійснювати міжнародні перекази.

Валютний курс - це вартість однієї валюти, яка виражена в іншій національній валюті [1]. Він визначається на валютному ринку шляхом торгівлі валютами між учасниками ринку, такими як банки, корпорації, інвестори та інші фінансові установи.

Валютний курс впливає на:

- конкурентоспроможність експортних та імпорتنих товарів країни. Коли валюта падає вартісно порівняно з іншими валютами, експорт стає більш конкурентоспроможним, що може сприяти збільшенню експорту та зростанню економіки. З іншого боку, якщо валюта зміцнюється, імпорнт стає вигіднішим, що може призвести до зменшення експорту та збільшення дефіциту торгового балансу;

- привабливість країни для іноземних інвесторів. Якщо валюта падає, це може зробити інвестиції в країну більш вигідними, оскільки інвестори отримають більше місцевої валюти за свої інвестиції. З іншого боку, якщо валюта зміцнюється, це може зробити інвестиції менш привабливими для іноземних інвесторів;

- інфляцію країни. Коли валюта слабшає, це може призвести до зростання цін на імпортовані товари, оскільки їх вартість у місцевій валюті збільшується. З іншого боку, якщо

валюта зміцнюється, це може знизити інфляційний тиск, оскільки імпортовані товари стають дешевшими;

- державний бюджет. Якщо валюта падає, це може збільшити вартість імпорту та знизити вартість експорту, що може призвести до зменшення доходів уряду. З іншого боку, якщо валюта зміцнюється, це може збільшити доходи уряду, оскільки вартість експорту зростає, а вартість імпорту знижується;

- грошову політику країни. Центральний банк може втручатися на валютному ринку, купуючи або продаючи валюту, щоб вплинути на її вартість. Наприклад, якщо валюта занадто сильна і загрожує експорту, центральний банк може прийняти заходи для послаблення валюти шляхом продажу місцевої валюти та купівлі іноземної. Навпаки, якщо валюта занадто слабка і загрожує інфляції, банк може втрутитися на ринок, купуючи місцеву валюту та продавши іноземну [2].

На рис. 1 нами досліджено середній валютний курс гривні щодо одного долара США (середній за період) за 2018-2023 рр.

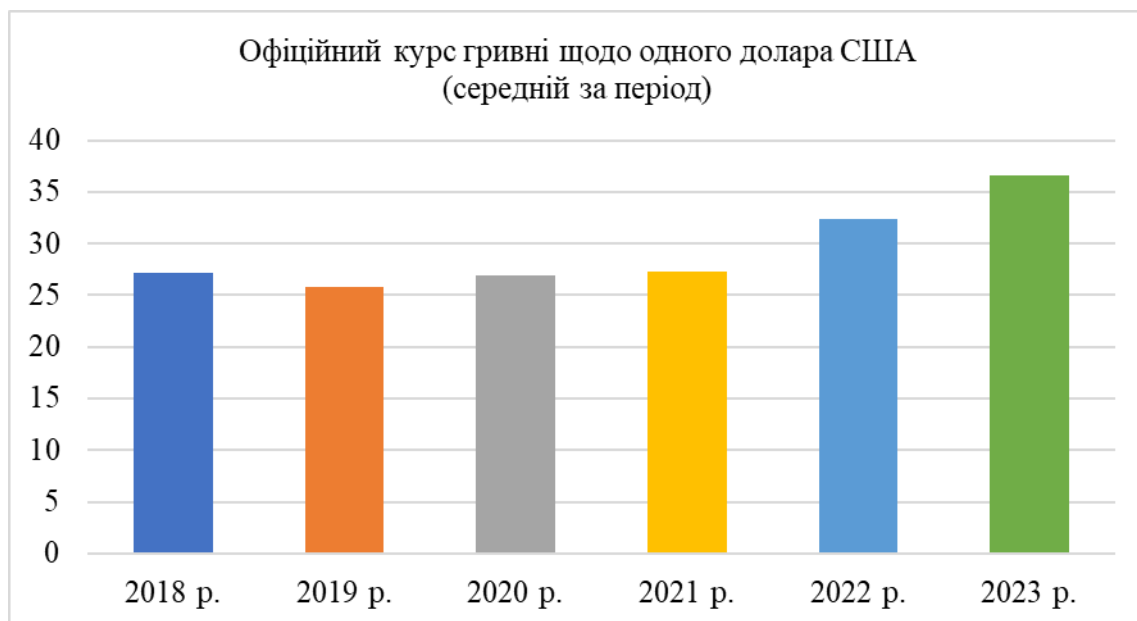


Рис.1. Офіційний курс гривні щодо долара США

Джерело: побудовано за даними [3]

Як бачимо, у 2018 році курс гривні становив 27,2 грн за 1 долар США. Після цього він знизився в 2019 році до 25,8 грн за долар, але знову підвищився в 2020 році до 26,96 грн за долар. Загалом, з 2018 по 2020 рік курс гривні практично не зазнав великих змін. Проте, з 2021 року курс гривні почав зростати значно швидше. У 2021 році він становив 27,3 грн за долар, що означає незначне підвищення порівняно з попередніми роками. В 2022 році курс гривні досяг значного підвищення до 32,34 грн за долар. У 2023 році курс гривні продовжив зростати і досяг позначки 36,57 грн за долар. Це означає, що гривня значно втратила вартість порівняно з долларом США.

Також, з урахуванням повномасштабного вторгнення у нашу країну слід зазначити, що фінансова система країни відчула серйозні наслідки. Банківська система, яка є основою грошової системи, була під особливим тиском. Однак завдяки прийнятим рішенням регулятора було здійснено заходи для стримування незворотних руйнівних процесів у грошовому обігу. У цей період НБУ використовував механізм фіксації курсу, який виступав стабілізатором ситуації. Однак, з метою відновлення економіки України після війни і повернення до інфляційного таргетування, пізніше було прийнято рішення перейти до режиму керованої гнучкості офіційного курсу гривні до долара США. Це дозволяє НБУ виконувати важливі

завдання і розробляти оптимістичні сценарії для відновлення економіки після війни [4].

Загалом, можна зробити висновок, що протягом останніх кількох років гривня поступово втрачає свою вартість в порівнянні з доларом США. Це може бути викликом для економіки країни, оскільки зростання курсу може призвести до зростання цін на імпортні товари та зниження конкурентоспроможності експорту. Тому, валютний курс є важливим економічним показником для України, який потребує постійного моніторингу та аналізу. Стабільність курсу є важливою для економічної стійкості країни, але варто також зберігати гнучкість, щоб адаптуватися до сучасних змін на світових ринках та забезпечувати конкурентоспроможність українського експорту.

Список використаних джерел

1. Валютний курс. URL: <https://uk.wikipedia.org/>.
2. Валютний курс і фактори, що впливають на його формування. URL: <https://stud.com.ua/>.
3. Національний банк України: офіційний сайт. URL: <https://bank.gov.ua/>.
4. Гаврікова А.В., Сальников М.О. Сучасний розвиток грошової системи України: регулювання та наслідки. *Економіка, облік, фінанси та право: сучасні тенденції та перспективи розвитку в Україні та світі* : Міжнар. науково-практ. конф., м. Біла Церква, 12 січ. 2024 р. С.41-44.

УДК 336.2: 347.73

ФАКТОРИ ПРОВАЛУ ФІСКАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ «ПОДАТКОВОЇ АМНІСТІЇ» В УКРАЇНІ

Сергій Куксенко

kuksenkosi@gmail.com

канд. істор. наук, доцент

Черкаський державний бізнес-коледж м. Черкаси, Україна

Оподаткування доходів було і залишається важливим в усі часи. Для сьогоденної української держави його актуальність посилюється потребою відновлення зруйнованих російською агресією підприємств та об'єктів соціально-культурної сфери, пошуком найкращого балансу між податковим навантаженням та наданням громадянам і бізнесу необхідного сервісу та державного захисту, переходу податкової сфери на стандарти Європейського Союзу. Для усунення виявлених помилок та прогалин оподаткування постійно вносяться зміни до відповідних законів, оголошуються так звані «податкові амністії», які з різною результативністю уже проведено у понад двадцяти країнах світу.

Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо стимулювання детінізації доходів та підвищення податкової культури громадян шляхом введення одноразового (спеціального) добровільного декларування фізичними особами належних їм активів та сплати одноразового збору до бюджету» від 15.06.2021 р. [1] закріпив можливість кожному платнику податків, подавши відповідну декларацію, легалізувати активи, які не були отримані злочинним шляхом, але з яких не було сплачено податки. Декларант звільнявся від юридичної відповідальності за порушення податкового та/ або валютного законодавства і міг сплатити податок за нижчою ставкою, ніж його сплачували добросовісні платники. Завдання запропонованого декларування: 1. детінізація доходів; 2. підвищення податкової культури; 3. поповнення бюджету; 4. запровадження «нульового декларування» («точки відліку», з якої почнеться оподаткування витрат, що перевищують офіційні доходи); 5. створення передумов для посилення міжнародної співпраці України в податковій сфері та

переходу адміністрування податків на стандарти ЄС. Декларування проводилося з 01.09.2021 р. по 01.03.2023 р. Ми ще на початку кампанії декларування у вересні 2021 р. зробили висновок про те, що не дивлячись на відсутність у тексті самого закону терміну «амністія», він фактично проголошував проведення «податкової амністії», «амністії капіталів» і «нульового декларування», висловили «великий сумнів» щодо масової участі у ній громадян та істотного «поповнення державного бюджету» [2, с. 95, 98, 100]. Сьогодні ж проаналізуємо реальні результати декларування та причини провалу його фіскальних завдань.

За весь час проведення «податкової амністії» було задекларовано активів на 8823,6 млн. грн, з яких у бюджет сплачено 547,5 млн. грн при очікуваних 20 млрд. дол амністованих активів та 1 млрд. дол. сплачених податків). Всього ж у декларуванні взяли участь лише 845 осіб [3]. Це свідчить про недосягнення фіскальних завдань детінізації доходів і поповнення державного бюджету (близько 1,5 % від очікуваних надходжень у бюджет).

Фактори провалу фіскальних завдань декларування ми можемо об'єднати у дві групи. Перша група стосується змісту самого закону, дій влади та суспільних настроїв: 1. наявні активи цільової аудиторії, на яку було спрямовано закон, здебільшого могли бути розподілені серед членів їх родин так, що відповідали обсягам, встановлених законом (квартири площею до 120 кв.м, житлові будинки – до 240 кв. м, некомерційна нерухомість – до 60 кв. м, земельні ділянки в межах безоплатної приватизації, транспорт – одне авто некомерційного призначення для перевезення до 9 осіб з об'ємом двигуна до 3 тис. куб. см та середньоринковою ціною до 400 тис. грн, один мотоцикл з об'ємом двигуна 800 куб. см; інші активи на суму до 400 грн [1, п. 10 підрозділу 9⁴]); 2. вільні кошти, із-за ненадійності грошових активів та відсутності фондового ринку, вкладалися в нерухомість столиці та великих міст, оформлену на членів родини (а грошова оцінка цих активів не була передбачена законом); 3. наявні активи за кордоном могли пройти компласнс і тому не лише не потребували декларування, а навпаки – декларування могло б зашкодити власникам; 4. складна процедура декларування готівки (її необхідно було розмістити на спецрахунку банку, тобто «заморозити» на певний час і понести додаткові витрати); 5. низький індекс верховенства права в Україні (згідно World Justice Project охоплює дотримання прав людини, доступ до правосуддя, ефективність в подоланні корупції, відкритість влади і т.п.) [4] та високий рівень недовіри до податкових органів і державної влади, низький рівень правової захищеності власності та «низький рівень правової культури, існування «позаправових» регуляторів соціальної поведінки» [5, 29]; 6. закон викликав почуття несправедливості тому, що: а) заможніші громадяни, пов'язані з владою, уже у своїх деклараціях оприлюднили значні статки (набуті в тому числі і через корупційні схеми та зловживання владою), але з них податків зовсім не сплачували; б) бюджетні кошти часто ідуть не на посилення сервісної ролі держави, а на надвисокі виплати топ-чиновникам та розкрадаються; 7. відсутність обіцяного закону чи його проекту про «непрямі методи податкового контролю» шляхом контролю витрат та відповідальністю за незадекларовані активи, який міг би «заохотити» декларування; 8. інформаційно-роз'яснювальний супровід «амністії» відбувався на фоні гучних «корупційних справ» високопосадовців («крадуть, наче в останній день») [6], що не сприяло декларувати активи та платити кошти в бюджет; 9. відсутність реформ оподаткування, спрямованих на зменшення навантаження на фонд оплати праці, спрощення адміністрування податків та посилення відповідальності за його порушення.

Друга група факторів пов'язана з агресією російської федерації проти України: 1. нестабільність (військова, економічна, політична), спричинена агресією РФ; 2. знищення (захоплення) частини активів, які б потенційно могли бути декларованими, складності релокації бізнесу; 3. поява численних «воєнних мігрантів»-біженців. (За даними Міжнародної організації з міграції ООН (МОМ) близько 3,7 млн. громадян України є внутрішньо переміщеними особами, майже 6,5 млн. – біженцями по всьому світу [7]); 4. збільшення виведення активів з України (витрати українців з банківських карт України за кордоном у 2022 р. становили майже 20 млрд. дол., у 2023р. – 18 млрд. дол. [8]; 5. високі ризики розміщення готівки на спецрахунках банків в умовах військового стану, введення постановою НБУ № 18 від 24.02.2022 р. обмежень

на видачу готівкових коштів у гривні та іноземній валюті [9], падіння курсу гривні; 6. існування з березня 2022 р. по 1 серпня 2023 р. можливості простішого і дешевшого способу легалізації готівки шляхом переходу/реєстрації ФОПів і юридичних осіб на спрощену систему оподаткування та сплати єдиного податку у розмірі 2% [10]. (Лише за 9 місяців 2022 р. на цю систему оподаткування перейшло 266000 ФОПів. Серед них «багато таких, хто отримав дохід понад 200 млн. грн. кожний. І це в рази більше, ніж держава отримала від економічної амністії» [11]); 7. участь частини потенційних декларантів у захисті України у складі Збройних сил України та, ймовірно, висока залученість цієї категорії до різних волонтерських ініціатив по збору коштів для закупівлі спорядження для ЗСУ (станом на травень 2023 р. лише пораховані «донати» громадян, приватних компаній та банків становили більше 100 млрд. грн.) [12].

Проте, аналізуючи провал фіскальних завдань амністії, ми маємо пам'ятати дискусійність позитивного і негативно впливу амністії на соціально-економічний розвиток та суспільно-політичну ситуацію, що може виявитися з часом. Серед «відтермінованих в часі» результатів є те, що податкові резиденти (а це всі дієздатні громадяни України!), які правом на «податкову амністію» не скористалися, згідно закону є такими, які повідомили контролюючий орган про відсутність у власності станом на 01.01.2021 р. активів, отриманих за рахунок коштів, з яких не сплачено/ сплачено неповністю податки та або склад цих активів знаходиться в певних межах. Фактично в Україні практично для усіх громадян (!) запроваджено «нульове декларування» усіх активів, незалежно від того, набуті вони з порушеннями, чи ні. Ця «нульова декларація» і стане «точкою відліку» з якої почнеться оподаткування витрат, які перевищують офіційні доходи. Разом із збільшенням безготівкових розрахунків в умовах діджиталізації та поглибленням міжнародної співпраці в сфері оподаткування зростатиме податкова культура громадян та детінізація їх доходів. Важливим фактором позитивних змін може бути запуск автоматичного міжнародного обміну податковою інформацією, виконання вимог BEPS для впровадження податкової прозорості в Україні, перехід адміністрування податків та податкового законодавства на стандарти ЄС.

Список використаних джерел

1. «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо стимулювання детінізації доходів та підвищення податкової культури громадян шляхом запровадження одноразового (спеціального) добровільного декларування фізичними особами належних їм активів та сплати одноразового збору до бюджету». Закон України від 15. 06. 2021 р. № 1539-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1539-20#Text>
2. Куксенко С. І. Особливості та сутність «одноразового (спеціального) добровільного декларування фізичними особами належних їм активів» як різновиду «податкової амністії». *Правова держава*. 2021. № 43. С. 94-103.
3. Данило Гетманцев. Telegram-канал. 01.03.2023 р. URL: <https://t.me/getmantsevdanil>
4. Rule of Law Index. World Justice Project. URL: <https://worldjusticeproject.org/rule-of-law-index/country/2022/Ukraine>
5. Куксенко С.І. Правовий нігілізм як одна з перешкод європейської інтеграції. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія юриспруденція*. 2018. Випуск 35. Т.1. С. 28 – 31.
6. Nobody Believes in Our Victory Like I Do.' Inside Volodymyr Zelensky's Struggle to Keep Ukraine in the Fight. *Time*, october 30, 2023. URL: <https://time.com/6329188/ukraine-volodymyr-zelensky-interview/>
7. Millions Assisted, Millions More Still in Need Two Years into Ukraine War, Says IOM, february 22, 2024. URL: <https://www.iom.int/news/millions-assisted-millions-more-still-need-two-years-ukraine-war-says-iom>
8. Пресбрифінг щодо рішень Правління НБУ з монетарної політики. Січень 2024. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tF4ZvvCFWb4&t=2493s>

9. Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану. Постанова Правління НБУ № 18 від 24.02.2022 р. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/pb22027?an=140>

10. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану: Закон України від 15.03.2022 р. № 2120-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-%D0%86%D0%A5#Text>

11. Податкова амністія: чи був шанс на позитивні результати. УНІАН, Інформаційне агентство. 17.02.2023 р. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/podatкова-amnistiya-chi-buv-shans-na-pozitivni-rezultati-12148665.html>

12. Ціна перемоги. Які благодійні фонди зібрали найбільше донатів на ЗСУ – велике дослідження NV. 29 травня 2023 р. URL: https://biz.nv.ua/ukr/economics/skilki-zvichayni-ukrajinci-zadonatili-na-zsu-yaki-blagodiyni-fondi-zibrali-naybilshe-50327840.html?code=3e0df9fe-bfe1-4a7f-876e-bb34d9a997eb&fbclid=IwAR2xz_vtiRal72K61Op_wx7BARRwAF6eVZW-NnTlqSfVJE6W7Y38UM2WEDI

УДК 334.758

СТРАТЕГІЧНІ АЛЬЯНСИ ЯК ІНСТРУМЕНТ АДАПТАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Павло Литвиненко

к.е.н., старший викладач

lytvynenkopavlo82@gmail.com

*Національний технічний університет України «Київський
політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» м. Київ, Україна*

В умовах глобалізації та загострення конкуренції на міжнародних ринках українські компанії постають перед необхідністю пошуку ефективних шляхів підвищення своєї конкурентоспроможності та адаптації до викликів сучасного бізнес-середовища. Одним із дієвих інструментів досягнення цих цілей є формування стратегічних альянсів між українськими та іноземними компаніями з різних галузей економіки. Співпраця з іноземними партнерами в рамках стратегічних альянсів дозволяє українським компаніям отримати доступ до передових технологій, знань та компетенцій, розширити свою присутність на міжнародних ринках, а також розділити ризики та витрати на розробку та впровадження інновацій. Крім того, стратегічні альянси можуть сприяти залученню іноземних інвестицій в економіку України, створенню нових робочих місць та розвитку експортного потенціалу країни.

Стратегічні альянси дозволяють компаніям-партнерам об'єднувати ресурси, знання та компетенції для реалізації спільних проєктів, виходу на нові ринки та створення інноваційних продуктів і послуг. Стратегічний альянс можна охарактеризувати як міжфірмові кооперативні відносини, які підвищують ефективність конкурентних стратегій фірм-учасниць шляхом обміну взаємовигідними ресурсами, такими як технології, навички тощо [4]. Основними ознаками стратегічних альянсів є: незалежність фірм-учасниць після формування альянсу; розподіл переваг та контролю над виконанням поставлених завдань; постійний внесок партнерів в одну або декілька ключових стратегічних областей. Стратегічні альянси мають низку переваг, серед яких: миттєвий доступ до нового ринку, зміцнення позицій на існуючому ринку, збільшення продажів, отримання нових навичок та технологій, розробка нових продуктів з прибутком, розподіл витрат та ресурсів, покращення якості продуктів, фінансова допомога, уникнення контролю імпорту/експорту, розширення каналів розподілу та бази клієнтів, розширення бази ділових та політичних контактів, отримання знань про міжнародні звичаї та культуру, покращення іміджу на світовому ринку [7]. Проте, існують і недоліки та ризики, пов'язані зі стратегічними альянсами, такі як: втрата контролю над важливими рішеннями, ринкова ізоляція

та залежність, менш ефективна комунікація, неефективний розподіл ресурсів, складність утримання цілей з часом, втрата контролю над якістю продукції, витратами та персоналом, вразливість до переходу працівників, конфлікти у правах власності, нерівномірний розподіл витрат та затримки в реалізації проєктів [7].

У 2019-2023 роках низка провідних міжнародних компаній сформували успішні стратегічні альянси в різних галузях економіки. Microsoft та OpenAI об'єднали зусилля для прискорення розробки та впровадження передових технологій штучного інтелекту [1]. Volkswagen та Ford створили глобальний альянс для спільної розробки комерційних фургонів, пікапів, електромобілів та автономних транспортних засобів [2]. NVIDIA та Mercedes-Benz започаткували партнерство з розробки програмно визначеної обчислювальної архітектури для нового покоління автомобілів з передовими функціями допомоги водієві та автономного водіння [3]. Walmart та Shopify уклали альянс для розширення асортименту онлайн-товарів Walmart та надання продавцям Shopify доступу до величезної клієнтської бази Walmart [9]. У фармацевтичній галузі Moderna та Takeda Pharmaceutical, а також Pfizer та BioNTech сформували альянси для розробки, виробництва та дистрибуції вакцин проти COVID-19 [5; 8]. Google та Bharti Airtel об'єднали зусилля для розширення доступу до смартфонів та послуг 5G в Індії [6]. Ці приклади демонструють, що стратегічні альянси дозволяють компаніям досягати синергії, прискорювати інновації та посилювати свої конкурентні позиції на міжнародних ринках.

Для ефективного формування та управління стратегічними альянсами компаніям необхідно врахувати низку ключових факторів успіху. По-перше, це ретельний вибір партнерів, які мають співпадаючі цілі, цінності та корпоративну культуру. По-друге, чітке визначення цілей, завдань та очікуваних результатів альянсу, а також розподіл ролей, обов'язків та ресурсів між партнерами. По-третє, встановлення ефективних механізмів комунікації, координації та вирішення конфліктів для забезпечення злагодженої роботи альянсу. По-четверте, розробка гнучкої та адаптивної стратегії, яка дозволяє альянсу швидко реагувати на зміни ринкових умов та технологічні виклики. По-п'яте, забезпечення належного рівня довіри, прозорості та взаємної відповідальності між партнерами для уникнення опортуністичної поведінки та захисту інтелектуальної власності.

Водночас, компаніям слід враховувати низку викликів та обмежень, пов'язаних зі стратегічними альянсами в сучасних умовах. Зокрема, це ризики втрати конфіденційності даних та інтелектуальної власності при співпраці з партнерами, особливо в умовах зростаючої кіберзлочинності. Також існують ризики недотримання партнерами своїх зобов'язань, особливо в умовах економічної нестабільності та геополітичних конфліктів. Крім того, культурні відмінності та різні стилі управління можуть створювати перешкоди для ефективної співпраці між партнерами з різних країн. Для мінімізації цих ризиків компаніям необхідно проводити ретельну due diligence потенційних партнерів, розробляти детальні контракти з чітким розподілом прав та обов'язків, впроваджувати ефективні механізми захисту даних та інтелектуальної власності, а також розвивати крос-культурні компетенції та гнучкі підходи до управління альянсами.

Список використаних джерел

1. Duhigg, C. The inside story of Microsoft's partnership with OpenAI. The New Yorker. 2023. URL: <https://www.newyorker.com/magazine/2023/12/11/the-inside-story-of-microsofts-partnership-with-openai> (дата звернення: 12.04.2024).
2. Volkswagen AG and Ford Motor Company launch global alliance. Ford Motor Company. 2019. URL: <https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/news/2019/01/15/volkswagen-ford-alliance.html> (дата звернення: 11.04.2024).

3. Lee J. L., & Taylor E. Mercedes-Benz, Nvidia deepen autonomous driving alliance. Reuters. 2020. URL: <https://www.reuters.com/article/idUSKBN23U2W4> (дата звернення: 10.04.2024).
4. Obo E. B. Strategic Alliances: the prospect for business growth. Global Journal of Educational Research. 2006. № 5(1). P. 17-22.
5. Özbek G. Y. et al. Unleashing the innovation power of alliances. Boston Consulting Group. 2022. URL: <https://www.bcg.com/publications/2022/innovation-power-of-alliances> (дата звернення: 12.04.2024).
6. Roy A., & Monnappa C. Google to invest up to \$1 billion in India's Bharti Airtel. Reuters. 2022. URL: <https://www.reuters.com/world/india/google-invest-up-1-bln-indias-bharti-airtel-2022-01-28/> (дата звернення: 11.04.2024).
7. Sherman S. Are strategic alliances working. Fortune. 1992. № 126(6). P. 77-78.
8. Sheth S. Moderna partners with Takeda and Govt. of Japan for 50M vaccine doses. Nasdaq. 2021. URL: <https://www.nasdaq.com/articles/moderna-partners-with-takeda-and-govt.-of-japan-for-50m-vaccine-doses-2021-07-21> (дата звернення: 10.04.2024).
9. Weissman C. G. How the Walmart-Shopify alliance helps both companies win against Amazon. Modern Retail. 2020. URL: <https://www.modernretail.co/retailers/how-the-walmart-shopify-alliance-helps-both-companies-win-against-amazon/> (дата звернення: 10.04.2024).

УДК 658.8:640.432

ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ В СЕГМЕНТІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Масло Надія

maslonada50@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

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

Вивчення проблем мотивації праці має важливе теоретичне і практичне значення. Ставлення працівника до своєї діяльності та його мотивація безпосередньо впливають на продуктивність праці. Розуміння внутрішніх механізмів мотивації у ресторанному бізнесі є ключем до розробки ефективної політики трудових відносин та створення сприятливого середовища для тих, хто дійсно має бажання працювати продуктивно.

Мотивація представляє собою сукупність внутрішніх і зовнішніх факторів, які підштовхують людину до дії, визначають її поведінку, форму діяльності та надають їй спрямованість на досягнення особистих та організаційних цілей [1].

Великий внесок у розвиток теорії і практики мотивації зробили Фредерік Тейлор, Френк Гілберт та Ліліан Гілберт, Гаррі Емерсон, Мері Паркер Фоллет, а також Олдер Шелдон, Анджело Файоль, Елтон Мейо [1].

Ресторанний бізнес відомий постійно зростаючим коефіцієнтом плінності кадрів. Постійний обмін кадрами може негативно позначитися на враженні від відвідування вашого закладу або готелю, вплинувши на користувацький досвід. Це особливо актуально у період кризи в галузі, як в постковідний, так і в час воєнних подій, коли готельно-ресторанний бізнес стикається зі значним відтоком клієнтів. Тому дуже важливо дослідити проблеми мотивації праці працівників ресторанного бізнесу та визначити шляхи їх вирішення або мінімізації, з урахуванням сучасних умов. Розпочата Росією війна сильно вразила українську економіку, призводячи до значних людських втрат і серйозного пошкодження інфраструктури та ключових галузей економіки. Після 24 лютого 2022 року більшість українських підприємств, включаючи і підприємства ресторанного бізнесу, знаходилися у ситуації невизначеності через війну.

Військовий стан у зв'язку з повномасштабною агресією щодо України та значне погіршення соціально-економічного становища населення суттєво вплинули на ресторанний бізнес в нашій країні. До 2022 року за офіційними даними зарплата персоналу в сфері гостинності була чи не найменшою. Це і є основною проблемою мотивації працівників ресторанного бізнесу. Так, дослідження показників оплати праці, проведене у жовтні 2020 р. на матеріалах 1368 суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу із загальною чисельністю працівників понад 57,6 тис. осіб [2], дозволило встановити, що середній рівень заробітної плати в галузі становить 5446 грн при загальноукраїнському показнику 11824 грн. Проте вже з травня 2022 року на територіях, віддалених від лінії фронту індустрія гостинності почала активно відновлюватися. За даними порталу Work.ua [3], протягом робочого дня щогодини додається не менше 40 вакансій у готельно-ресторанному секторі. При цьому у більшості вакансій не відбувається жодної дискримінації за гендерним принципом, і пропонується високий рівень оплати праці [4]:

- для працівників кухні: від 8 до 50 тис. грн;
- для адміністраторів: від 8 до 14 тис. грн;
- для прибиральників приміщень: від 8 до 11 тис. грн;
- для працівників закладів ресторанного господарства: від 8 до 9 тис. грн;
- для кур'єрів: від 15 до 40 тис. грн.

Узагальнюючи дані за останні три місяці, можемо зауважити, що середній рівень заробітної плати за вакансіями, розміщеними на сайті, становить 12,5 тисяч гривень. Проте порівняно з офіційними даними про оплату праці в галузі, варто відзначити, що більшість закладів застосовують тіньові виплати. Цей підхід, безумовно, вигідний для роботодавців, оскільки дозволяє значно зменшити витрати на персонал, і до певної міри може бути вигідним і для працівників, оскільки знижує розмір податкових відрахувань. Однак, з іншого боку, працівники, які працюють за таким підходом, стикаються з низьким рівнем соціального та юридичного захисту. У разі відмови роботодавця виплатити повну суму заробітку за угодою, вони практично не мають жодних правових механізмів для його отримання. Іншими словами, такий метод оплати праці, який домінує в українській галузі гостинності, робить працівників вкрай залежними від безпосередніх керівників (роботодавців), що не сприяє підвищенню їхньої мотивації до праці. На відміну від цього, численні дослідження підтверджують, що внутрішні мотиваційні фактори, такі як заробітна плата та умови праці, мають вирішальне значення для найманих працівників. Якщо ці фактори не сприятливі з точки зору індивіда, його рівень задоволеності роботою значно знижується, а разом з тим і якість та продуктивність праці.

Звичайно, основним методом мотивації праці є рівень заробітної плати, проте існують інші методи мотивації праці, як значно підвищують її продуктивність в ресторанному бізнесі. Беззаперечно важливо наголошувати на значенні сприятливих умов праці та дружнього співробітництва, проте не слід забувати і про інші, рівнозначно важливі аспекти, зокрема так як:

1. Керівництву ресторанного закладу необхідно бути гнучкими в управлінні персоналом. Робочий графік, який враховує не лише потреби компанії, а й співробітників, може визначити, чи залишиться працівник у вашій компанії чи швидше піде він шукати іншу роботу. Забезпечення гнучких умов праці та можливості змінити графік особливо цінно для працівників, які одночасно отримують освіту.

2. Дуже важливим принципом є для керівництва закладу є зворотній фідбек. Може здаватися, що зворотний зв'язок для співробітників у ресторанному бізнесі це марна витрата часу. Однак при правильному використанні цей інструмент змушує персонал закладу не лише покращуватися, а й залишатися у компанії. За даними дослідження Gallup [5], надання постійного відгуку може зменшити плинність кадрів на 14,9%.

3. Демонстрування шляхів кар'єрного зростання працівників закладу. Багато працівників у готельно-ресторанному бізнесі розпочинають свою кар'єру як підробіток або сезонна робота. Проте з часом багато з них задумуються про можливості кар'єрного зросту. Створення

прозорого та чіткого плану розвитку не завжди є можливим у готельно-ресторанній галузі. Тому для такого бізнесу найбільш підходить модель зростання внутрішнього персоналу, де перевага надається кандидатам зсередини під час заповнення вакансій на керівних посадах.

Це не тільки допоможе скоротити витрати на рекрутинг, а й підкреслить можливості росту та розвитку в межах компанії.

3. Розвиток внутрішньої комунікації між керівництвом та підлеглими ресторану. Ресторанний бізнес базується на великому колективі працівників різних рівнів і відділів, тому зміцнення взаємодії та співпраці є надзвичайно важливим для формування єдиної та задоволеної команди. Для досягнення такої мети, необхідно використовувати:

3.1. Проводити регулярні наради та зустрічі для менеджерів та керівників різних відділів. Це сприяє обміну інформацією та покращує взаєморозуміння.

3.2. Внутрішні комунікаційні інструменти: такі як корпоративні портали, електронні дошки та чати. Вони допомагають співробітникам легко обмінюватися інформацією та спілкуватися.

3.3. Мотиваційні заходи: спрямовані на підвищення командного духу та створення позитивного робочого середовища. Це може включати святкування успіхів, корпоративні заходи та тимбілдинги.

3.4. Заохочувати діалог персоналу з керівництвом щодо проблем та ідей. Співробітники повинні відчувати, що їхні думки слухаються та беруться до уваги.

4. Навчання та підвищення кваліфікації. Усі ми хочемо відчувати, що на роботі нас цінують. Організація чи оплата навчання – один зі способів продемонструвати це. HR-фахівці повинні сприяти навчанню та розвитку працівників, надаючи доступ до курсів, тренінгів та програм підвищення кваліфікації.

Також якісні програми навчання підвищують рівень впевненості працівників у власних здібностях, що позитивно відобразиться не лише на його самооцінці, а й на продуктивності.

Отже, якісний готельно-ресторанний бізнес не може існувати без кваліфікованого бармена, привітного адміністратора готелю або привітних офіціантів. Все це через те, що люди є основою високоякісного обслуговування. Інвестування ресурсів та часу у забезпечення комфорту та задоволення співробітників є важливим кроком для покращення робочих результатів та зменшення оборотності персоналу. Керівництву необхідно забезпечити рівні та прозорі можливості для всіх працівників, бути відкритим до комунікації, розвивати внутрішню культуру і приділяти особливу увагу саме працівникам.

Список використаних джерел

1. Поворознюк І.М. Ефективна система мотивації персоналу індустрії гостинності – запорука успіху на ринку послуг. *Економічний аналіз: зб. наук. праць*. 2017. Т. 27, № 3. С. 204–212.

2. Заробітна плата за професійними групами у 2020 році (за матеріалами вибіркового обстеження). *Статистичний збірник*. Київ: Державна служба статистики, 2021. 195 с. 10. 3/ 3. Робоча сила України. 2021. Статистичний збірник України. Київ: Державна служба статистики, 2022. 216 с. 11. Work.ua. Сайт пошуку роботи. URL: <https://www.work.ua/jobs/?advs=1&category>

12. Levytska I., Tarasiuk H., Klymchuk A., Postova V., Chahaida A. Evaluation and removal of demotivating criteria in organizational support of the enterprise staff incentive mechanism. (дата звернення: 04 квітня 2024)

4. Herzberg, F., Mausner, B., Snyderman, B. The motivation to work. New York : Wiley. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Motivation-to-work%2C-by-F.-Herzberg%2C-B.-Mausner-Giroux/3cab41d8d98959b5ebcc9f4536f1406c0c42d78d> (дата звернення: 04 квітня 2024)

5. The Secret of Higher Performance. Business Journal. may 3, 2011. URL: <https://news.gallup.com/businessjournal/147383/secret-higher-performance.aspx> (дата звернення: 04 квітня 2024).

УДК 338.1

ГЛОБАЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ ТРЕНДИ УКРАЇНИ

Вікторія Мацука

v.matsuka@mu.edu.ua

канд. екон. наук, доцент

Маріупольський державний університет, м. Київ, Україна

Терористична Росія продовжує війну проти українського суспільства, починаючи з 24 лютого 2022 року. Бойові дії та терористичні атаки країни-терориста серйозно завадять відновленню української економіки. Проте, незважаючи на надзвичайно складні умови життя та суспільного розвитку, майбутня відбудова України має ґрунтуватися на прикладах високих технологій та новітніх стандартів. Це дозволить приймати швидкі, правильні та економні рішення, що не менш важливо в умовах обмежених фінансових можливостей компаній.

Всупереч прогнозам деяких міжнародних інституцій, українська економіка повільно відновлюється. Після того, як РФ почала повномасштабне вторгнення в Україну, громадяни встигли адаптуватися до нової ситуації. Витрати зросли, перезавантаживши економіку.

Економіка України в 2023 році потроху зростає. У віддалених від фронту містах, таких як Дніпро та Київ, люди відновили покупки та регулярне відвідування культурно-розважальних закладів, ресторанів тощо. Багато українців усвідомлюють, що війна ймовірно триватиме, але це не привід зупиняти життя [1].

Однак це зростання значною мірою відбулося завдяки міжнародній фінансовій підтримці, яка підвищила купівельну спроможність. Українська економіка все більше реорганізовується навколо війни. До 2024 року більше половини державних витрат – близько 46 мільярдів доларів – було спрямовано на оборону.

Крім того, український уряд раніше повідомляв, що дефіцит бюджету України наступного року сягне близько 21% від загального обсягу виробництва країни, при цьому податкові надходження майже не покривають ці витрати. Зокрема, уряду знадобиться 42 мільярди доларів фінансової допомоги, щоб усунути розрив.

Водночас, зважаючи на важливий визначальний чинник національної економіки в глобальному контексті, українському суспільству також важливо розуміти та передбачати світові тенденції розвитку. За експертними оцінками, найбільш значущим світовим економічним трендом у 2024 році стане значне збільшення витрат на оборону та глобальне впровадження штучного інтелекту [7].

Загалом можна визначити наступні тренди для економіки 2024 року.

- Штучний інтелект (AI), який можна вважати справжньою революцією у світі технологій [2].

- Навіть якщо нейронні мережі не принесуть прибутку, це може статися найближчим часом.

- Центробанки почали знижувати процентні ставки на тлі повільного зростання цін.

- Незважаючи на глобальну інфляцію в 5%, споживачі все ще схильні економити гроші. Крім того, високий попит на інфраструктуру збільшив інвестиції в азійський ринок на 4%.

- Зусилля щодо пом'якшення зміни клімату призвели до збільшення споживання відновлюваної енергії на 11%, досягнувши нового максимуму, при цьому невідновлювані види палива продовжують подавати енергію на 4/5 галузі. Ринок електромобілів також зростає, особливо завдяки державній підтримці. Сьогодні кожна четверта випущена машина вже працює на електриці.

- Все більше грошей витрачається на охорону здоров'я. Це приблизно 10% світового ВВП.

- Прибутки від міжнародного туризму сягнуть рекордних 1,5 трлн доларів у 2023 році.

Варто зазначити, що навіть в умовах стрімкого погіршення глобальної геополітичної ситуації люди продовжують активно подорожувати [5, с. 692].

– 20% офісів у США пустують через агресивну практику дистанційної роботи (або роботи з дому). Меншою мірою це стосується і ЄС, де цей показник становить близько 8% [6].

– Рекламний сектор також переживає значне зростання з наближенням виборів президента США та літніх Олімпійських ігор у Парижі.

– Триваюча війна між Росією та Україною стимулюватиме збільшення витрат на оборону країн у різних частинах світу. Наступного року в центрі уваги будуть геополітика, напруженість між Вашингтоном і Пекіном і, звісно, війна в Україні.

– Серед трендів, які діють сьогодні і які не зміняться у 2024 році, не можна не відзначити трудову міграцію. Вагомий внесок у цю тенденцію зробили українці [4, с. 66].

Судячи з підсумків цього року, економіка країни демонструє зростання. Це можливо на тлі стабільних внутрішніх настроїв і збільшення державних витрат. Загалом є дві причини для економічного зростання у 2024 році [3].

Перша – це низький базовий рівень, коли в минулому році спостерігався різкий спад, на тлі якого навіть часткове відновлення виглядало б значним зростанням.

По-друге, українці поступово адаптуються до ситуації тотальної війни. Дослідники, розробники, інженери, виробники, організації та інші відповідні експерти повинні звернути особливу увагу на вісім напрямів сучасних військових технологій; супутниковий зв'язок; дрони; системи ситуаційної обізнаності; морські дрони; робототехніка; штучний інтелект; засоби радіоелектронної боротьби; захис неба.

У цьому контексті також постає нагальна потреба у розширенні наукового та науково-організаційного супроводу з боку компетентних щодо впровадження існуючих і перспективних технологічних розробок та інновацій у сучасні технології.

Список використаних джерел

1. Глобальні економічні тренди та Україна без майбутнього URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2017/07/17/627005/> (дата звернення: 05.04.2024).
2. Глобальні тренди-2024: як Україна та штучний інтелект «захоплюють» світ URL: <https://www.unian.ua/world/globalni-trendi-2024-yak-ukrajina-ta-shtuchniy-intelekt-zahoplyuyut-svit-12533265.html> (дата звернення: 05.04.2024).
3. Глобальні тренди-2040: як Україні не запізнитися? URL: https://lb.ua/blog/anna_purtova/505992_globalni_trendi2040_yak_ukraini.html (дата звернення: 05.04.2024).
4. Мацука В.М. Нові тренди ринку праці. Розвиток ринку праці в умовах глобалізаційних зрушень: виклики для України: збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 27 квітня 2023 року) / за заг. ред. С. П. Калініної. Київ: МДУ, 2023. С. 65-67. URL: https://mdu.in.ua/Nauch/Konf/2023/zbirnik_27.04.23.pdf (дата звернення: 05.04.2024).
5. Мацука В.М. Туристичні тренди майбутнього. Управління розвитком соціально-економічних систем: Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 21-22 березня 2024 року). Харків: ДБТУ. Ч. 2. 2024. С.692-693. URL: <https://drive.google.com/drive/folders/1E2WiVrLkWcQQz0NdkaRyqWCmOmGi-Yi2> (дата звернення: 05.04.2024).
6. Оборона і не тільки: 8 економічних трендів на 2024 рік у світі та в Україні. URL: <https://kp.ua/ua/economics/a683785-oborona-i-ne-tilki-8-ekonomichnih-trendiv-na-2024-rik-u-sviti-ta-v-ukrajini> (дата звернення: 05.04.2024).
7. World economic trends 2024: the Ukrainian context during the war. URL: <https://svitua.org/2023/12/18/svitovi-ekonomichni-trendy-2024-ukrayinskyj-kontekst-pid-chas-vijny-world-economic-trends-2024-the-ukrainian-context-during-the-war/> (дата звернення: 05.04.2024).

УДК 339.923

ФРАНЧАЙЗИНГ: ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ТА УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ І ДОХОДАМИ

Марія Моляка

maria.mmoliaka754@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: Наталія Кузнецова, докт. екон. наук,

доцент, завідувачка кафедри економіки, управління та адміністрування

Франчайзинг став видатною та поширеною бізнес-моделлю, що робить значний внесок у глобальну економічну діяльність. Оскільки франчайзинговий сектор переживає значне зростання та диверсифікацію, стає обов'язковим комплексне вивчення тонкощів визнання доходів, витрат та їх відображення в бухгалтерському обліку в цій унікальній структурі бізнесу. Франчайзинг, як бізнес-модель, включає складну взаємодію фінансових операцій, включаючи визнання потоків доходів, таких як початкові гонорари, роялті та гонорари за рекламу, а також управління різними витратами, що охоплюють початкові інвестиції, поточні комісії та маркетингові витрати. Динамічний характер франчайзингу в поєднанні з його чітким фінансовим ландшафтом вимагає цілеспрямованого вивчення особливостей визнання доходу та управління витратами в сфері бухгалтерського обліку франчайзингового бізнесу.

У контексті визнання доходу франчайзинг представляє особливий набір проблем через подвійну природу відносин франчайзер-франчайзі.

Однією з основних ознак визнання доходу у франчайзингу є авансовий франчайзинговий збір. Франчайзери зазвичай стягують авансову комісію за франшизу, щоб покрити витрати, пов'язані з наданням франчайзі перевіреної бізнес-моделі, навчанням, підтримкою та визнанням бренду. Ця плата може значно відрізнитися залежно від розміру та популярності франшизи, а також галузі, у якій вона працює. Для деяких добре запроваджених і дуже затребуваних франшиз авансова плата за франшизу може сягати сотень тисяч доларів.

З точки зору франчайзера, авансова плата за франшизу слугує способом компенсації деяких витрат, пов'язаних із створенням нового франчайзингового місця. Це також діє як бар'єр для входу, гарантуючи, що лише серйозні та віддані люди чи компанії стають франчайзі. Крім того, авансова плата за франшизу допомагає узгодити інтереси франчайзера та франчайзі, оскільки демонструє взаємну відданість успіху бізнесу.

Для франчайзі авансова плата за франшизу є значним фінансовим вкладенням, яке необхідно ретельно продумати. Потенційні франчайзі повинні провести перевірку та фінансове планування, перш ніж взяти участь у франчайзі. Хоча попередня плата за франшизу є одноразовою вартістю, вона може мати тривалий вплив на фінансовий стан франчайзі.

У деяких випадках франчайзери можуть пропонувати варіанти фінансування або заохочення, щоб полегшити тягар попередньої плати за франшизу. Це може зробити можливість більш доступною для ширшого кола потенційних франчайзі. Однак для франчайзі важливо розуміти умови будь-яких програм фінансування або стимулювання та враховувати загальні фінансові наслідки взяття боргу або відмови від частини бізнесу в обмін на знижену початкову комісію за франшизу.

Зрештою, авансова плата за франшизу є критично важливим компонентом процесу франчайзингу. Це значне фінансове зобов'язання як для франчайзера, так і для франчайзі та може мати значний вплив на успіх франчайзингових відносин. Уважно враховуючи авансову комісію за франшизу та її наслідки, потенційні франчайзі можуть приймати обґрунтовані рішення про те, чи підходить конкретна можливість франшизи для їхніх цілей і фінансової ситуації.

Не менш важливим є питання визнання витрат. З боку витрат франчайзери повинні враховувати різні витрати, пов'язані з підтримкою своїх франчайзі та підтримкою міцності

свого бренду. Ці витрати можуть включати витрати на початкове навчання та допомогу, постійну підтримку та нагляд, а також розробку та підтримку маркетингових і рекламних матеріалів. Франчайзери також повинні враховувати вартість будь-яких стимулів або підтримки, яку вони надають, щоб допомогти своїм франчайзі досягти успіху.

Правильне визнання витрат має вирішальне значення для франчайзерів, щоб точно відобразити витрати, пов'язані з їх франчайзинговими операціями. Це не тільки забезпечує дотримання стандартів бухгалтерського обліку, але й надає зацікавленим сторонам цінну інформацію про прибутковість і стабільність франчайзингового бізнесу.

Однією з проблем бухгалтерського обліку франчайзингу є необхідність збалансувати інтереси як франчайзера, так і франчайзі. Мета франчайзера полягає в тому, щоб визнавати дохід, як тільки він зароблений, і понесені витрати в міру їх нарахування. З іншого боку, мета франчайзі зазвичай протилежна: визнати витрати якомога пізніше та відкласти визнання доходу на наступні періоди.

Ця різниця в перспективі може призвести до потенційних конфліктів у визнанні доходів і витрат, особливо коли мова йде про визначення часу визнання початкової франчайзингової винагороди та поточних роялті. Франчайзери повинні ретельно враховувати ці суперечливі інтереси та прагнути досягти балансу, який точно відображає економічну сутність їхніх франчайзингових операцій.

Саме тому виникає необхідність в управлінні витратами у франчайзингу. Управління витратами є вирішальним аспектом ведення успішного франчайзингового бізнесу. Як франчайзі важливо ретельно керувати витратами, щоб підтримувати прибутковість і сприяти процвітанню бізнесу. У конкурентному світі франчайзингу ефективне управління витратами може зробити різницю між успіхом і невдачею.

Однією з ключових проблем в управлінні витратами для франчайзі є розуміння різноманітних витрат, пов'язаних із керуванням франшизою. Ці витрати можуть включати початкові франчайзингові збори, поточні виплати роялті, маркетингові збори та інші операційні витрати.

Для франчайзі важливо постійно аналізувати та розуміти ці витрати, щоб приймати обґрунтовані рішення щодо своїх бізнес-операцій.

Аналізуючи витрати на франшизу, потенційні франчайзі повинні розглянути можливість проведення ретельної перевірки, включаючи перегляд фінансової інформації франчайзера, розмови з поточними франчайзі та консультації з юридичними та фінансовими фахівцями.

Важливо мати чітке розуміння всіх пов'язаних витрат і того, як вони узгоджуються з потенціалом доходу франшизи та ринковими умовами.

На додаток до розуміння фінансових витрат, потенційні франчайзі повинні також уважно переглянути договір франшизи та пов'язані з ним юридичні документи, щоб переконатися, що вони повністю обізнані про свої права та обов'язки як власників франшизи. Це може включати розуміння умов угоди, зобов'язань франчайзера та будь-яких положень про поновлення або розірвання.

Франчайзі також слід враховувати рівень підтримки та навчання, які надає франчайзер, оскільки це може вплинути на загальний успіх і витрати на роботу франшизи. Деякі франчайзери пропонують комплексні навчальні програми, постійну операційну підтримку та допомогу з вибором місця та будівництвом, тоді як інші можуть мати більш обмежені послуги підтримки. Розуміння рівня підтримки та пов'язаних з нею витрат має вирішальне значення для забезпечення плавного та успішного переходу до володіння франшизою.

Таким чином, підсумовуючи вище зазначене можна стверджувати, що визнання доходів і витрат у франчайзингу є вирішальним та одночасно проблемним питанням для бухгалтерів. Належний облік різних потоків доходу та допоміжних витрат, пов'язаних із франчайзингом, має важливе значення для надання точної та прозорої фінансової звітності. Розуміючи складність визнання доходів і витрат у франчайзингу, бухгалтери можуть допомогти франчайзерам звітувати про свої фінансові результати таким чином, щоб відображати економічні реалії їх

франчайзингових операцій.

Список використаних джерел

1. Кравчук Н. В., Співак С. М. Економічний зміст та облікове відображення франчайзингу. *Галицький економічний вісник Тернопільського національного технічного університету*, 2018. № 53(2). С. 103-110.
2. Махота А. В., Хвостенко В. С. Франчайзинг як сучасна модель організації бізнесу: правові та облікові аспекти, 2016. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/12264/1/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F.pdf>
3. Серпенінова Ю. С. Франчайзинг: сутність та порядок відображення в обліку. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*, 2014. № (1). С. 256-260.
4. Цюцяк А. Л. Сучасний стан обліку та оподаткування франчайзингових операцій підприємств ресторанного господарства. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка*, 2014. Вип. 9. С. 95-101/

УДК 339.9

ГЛОБАЛЬНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ІНДИКАТОР АСИМЕТРІЇ РОЗВИТКУ

Анна Селіщева,
д.е.н., професор
pereverzeva@ukr.net,
Артур Коваленко
akovalenkodesign@gmail.com

Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна

Реалії економічного буття свідчать про поглиблення асиметрії розвитку глобальної економіки, що визначається зміною ключових гравців на світовому ринку та їх впливом на розвиток світової економіки.

Зауважимо, що поняття «асиметрія» в глобальній економіці застосовується до аналізу країн, котрі різняться за розміром території, рівнем соціально-економічного розвитку, геополітичного положення тощо. На основі аналізу асиметрії глобального розвитку виокремлюють групи країн та класифікують як центр, периферія, напівпериферія, тобто визначається ступінь поляризації як тенденція до побудови багатоплярної системи.

Для оцінки ступеня асиметричності розвитку використовують певні чинники:

- структура господарювання – більша країна або країна, яка користується монополією на певні ресурси, може використовувати їх для своєї ринкової влади, щоб отримати кращі умови торгівлі;
- політична система – глобальна політична система надає непропорційну владу кільком гравцям;
- глобальні інституції – глобальні правила міжнародних організацій є рівноправними щодо прагнення гарантувати рівність прав між усіма країнами;
- геополітика – геополітичне суперництво також може призвести до формування альтернативних економічних і фінансових мереж зав'язків, які порушують багатосторонність і в кінцевому підсумку призводять до роздробленості.

Важливим наслідком асиметричності розвитку є індекс глобальної конкурентоспроможності, який дозволяє оцінити рівень внутрішньої збалансованості країни та порівняти з іншими учасниками зовнішнього середовища.

Для оцінки та порівняння конкурентоспроможності на глобальному рівні використовують систему рейтингів, яка дозволяє виокремити переваги та недоліки, визначити слабкі та сильні сторони гравців на світовому ринку, а також визначити шляхи вдосконалення окремих структурних елементів.

Необхідно підкреслити, що рейтинг глобальної конкурентоспроможності в певній мірі демонструє внутрішню розбалансованість в країні з точки зовнішньої оцінки порівняно з іншими учасниками світової економіки.

Для того, щоб удосконалювати напрями державної політики та об'єктивно оцінити можливості країни на світовому ринку необхідно забезпечити систематичний моніторинг конкурентоспроможності національної економіки

Розглянемо зміни позиції України в рейтингу глобальної конкурентоспроможності за період 2012-2021 рр. (табл. 1). У 2022-2023 рр. зазначений показник не розраховувався внаслідок військових дій і неможливості забезпечити об'єктивне оцінювання. Зауважимо, що в 2021 р. Україна посіла 54 позицію серед 64 країн в рейтингу глобальної конкурентоспроможності і досягла показника на рівні 2013 р. У попередньому році Україна була на 5 позицій вище. У період 2019-2018 рр. рейтинг України майже не змінювався і коливався в межах 59-60 позиція.

Таблиця 1

Місце України в світовому рейтингу конкурентоспроможності

Показник	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Місце в рейтингу	56	54	50	59	59	60	59	54	59	54

Джерело: складено авторами на основі: [1-3]

На нашу думку, для того, щоб визначити напрями розвитку для покращення позицій в рейтингу конкурентоспроможності, доцільно розглянути поелементну структуру зазначеного показника (рис. 1).



Рис. 1. Складові рейтингу конкурентоспроможності для України

Джерело: побудовано авторами на основі: [1-3]

Аналіз елементів індексу глобальної конкурентоспроможності України за 2012-2021 рр. Свідчить про недостатній рівень розвитку економічної складової (54 позиція за складовою «економічні показники»). При цьому «ефективність бізнесу» демонструє найкращий результат -

50 позиція в рейтингу.

На основі проведеного аналізу можна підсумувати, що на сучасному етапі розвитку економіки інтегрованість національних економік у глобальне середовище загострює проблеми асиметричності взаємозв'язків та взаємозалежності між елементами світової економіки.

Проведений аналіз дозволяє констатувати існування взаємозв'язку між глобальною конкурентоспроможністю та асиметрією розвитку на світовому рівні. Адже, якщо країна має рівень конкурентоспроможності визначає особливості поляризації на світовому рівні. У зв'язку з зазначеним для багатьох країн, які розвиваються, можливість досягнути рівня розвитку провідних країн, підвищити свої позиції та вплив у міжнародній економічній системі досить важко. В останні десятиріччя про це свідчать ознаки збільшення відриву життєвого рівня та прибутковості економічної діяльності провідних країн світу від усіх інших економічних систем.

Список використаних джерел

1. International Institute for Management Development. (2020). IMD World Competitiveness Booklet 2020. URL: <https://imd.cld.bz/IMD-World-Competitiveness-Yearbook-2020/115/#zoom=z>.
2. International Institute for Management Development. (2021). IMD World Competitiveness Yearbook 2021. URL: [https://nitielibrary.remotexs.in/sites/default/files/wcy2021 with covers.pdf](https://nitielibrary.remotexs.in/sites/default/files/wcy2021%20with%20covers.pdf).
3. IMD World Competitiveness Yearbook 2019. URL: https://www.nesdc.go.th/article_attach/article_file_20191114160558.pdf.

УДК 338.439:005.332.2-044.332]+ 303.4(477:100) «364»

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ

Петро Тішаков

аспірант

tishakov1605@gmail.com

*Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова,
м. Хмельницький, Україна*

Науковий керівник: докт. екон. наук, проф. Іжєвський Павло

На сьогодні в надзвичайно складних умовах воєнного стану підприємства харчової промисловості стикаються з рядом викликів, таких як фінансова нестабільність, технічна і технологічна відсталість, ускладнена логістика, недоліки у законодавстві та корупція, слабкий рівень менеджменту та адміністративного управління на всіх рівнях, а також обмежена адаптивність до змін у зовнішньому середовищі. Для того, щоб українські харчові підприємства могли залишитися конкурентоздатними на світовому ринку, необхідно мати чітку стратегію та цілі для ефективної адаптації до різноманітних умов.

Стратегічні орієнтири підприємств харчової промисловості в Україні визначаються комплексом факторів, що включають в себе внутрішні та зовнішні чинники, які впливають на їхню діяльність та розвиток. Українські підприємства харчової промисловості мають акцентувати увагу на розвиток інноваційних технологій, підвищення якості продукції, розширення експортних ринків, а також вдосконалення управлінських практик та взаємодії з урядовими та громадськими структурами з метою стабільного та конкурентоспроможного розвитку в умовах глобалізації та змін на ринку.

Для початку дослідимо динаміку обсягу валового виробництва харчової продукції в Україні на рисунку 1.



Рис.1. Обсяг реалізації харчової продукції в Україні за 2020-2022 рр., млрд. грн
Джерело: розроблено автором за даними Держстату [1]

З графіку видно, що протягом 2020-2021 років спостерігалось зростання обсягу реалізації харчової продукції, однак після повномасштабного вторгнення він різко впав. У другому кварталі 2022 року спостерігався різкий спад до 110,0 млрд. грн. Після другого кварталу 2022 року почалось певне відновлення, і обсяг реалізації знову почав зростати, досягнувши 154,6 млрд. грн в кінці 2022 року. Розглянемо десятку найбільших виробників харчової продукції за 2022 рік та їх фінансові результати.

Таблиця 1

Десять найбільших виробників харчової продукції за 2022 рік

Місце	Компанія	Обсяг продажу у 2022, млрд. грн	Прибуток/збиток у 2022, млрд. грн	Рентабельність продажів, %
1	Roshen	22,1	3,9	17,6%
2	Nestlé	12,1	-1,5	-12,4%
3	Carlsberg	9	1,5	16,6%
4	Оболонь	8,6	1,1	12,7%
5	Кока-Кола Україна	8,4	0,043	0,5%
6	Global Spirits	7,8	0,7	8,9%
7	«Радехівський цукор»	7	1,2	17,1%
8	«Молочний альянс»	6,4	0,3	4,6%
9	PepsiCo	6-7	-	-
10	«Інтерстарч»	6,5	0,5	7,6%

Джерело: побудовано автором на основі [2]

Компанія Roshen займає перше місце з найвищим обсягом продажу у розмірі 22,1 млрд. грн та значним прибутком у 3,9 млрд. грн, та показує високу рентабельність продажів на рівні 17,65%. На другому місці розташувалася компанія Nestlé, проте вона відзначилася збитком у розмірі 1,5 млрд. грн та негативною рентабельністю%. Деякі інші виробники, такі як Carlsberg, Оболонь та Радехівський цукор, також показали значну рентабельність продажів, що свідчить про їх успішність у ринковому сегменті. Однак існують також компанії, наприклад, Кока-Кола Україна, які мають низьку рентабельність або навіть мінімальний прибуток, що свідчить про на

проблеми або виклики, з якими вони стикаються. Загалом, наявність низького розміру прибутковості або збитку є небезпечною тенденцією, оскільки такі підприємства мають високий ризик банкрутства та не забезпечені ресурсами для розвитку та розширення.

Для того, щоб запобігти таким ситуаціям, ми пропонуємо наступний комплекс заходів, наведений на рис. 2.

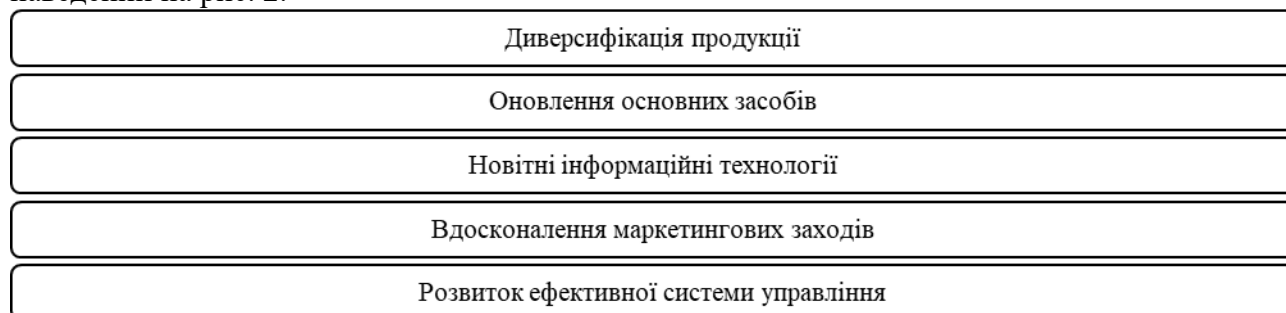


Рис. 2. Заходи та інструменти для покращення фінансового стану підприємств харчової промисловості в Україні

Джерело: розроблено автором

Диверсифікація - це стратегічний економічний процес, спрямований на розширення сфери діяльності підприємства, входження на нові ринки, розробку нових продуктів або послуг. У контексті української економіки, яка часто піддається впливу економічних та політичних коливань, диверсифікація є необхідним стратегічним кроком для забезпечення стабільності та розвитку харчового сектору [3].

Оновлення основних засобів є іншою важливою стратегією для українських підприємств харчової промисловості з кількох причин. По-перше, модернізація обладнання та технологій дозволяє підприємствам підвищити ефективність виробництва, зменшити витрати та підвищити якість продукції. Оновлення застарілих основних засобів також покращує екологічні показники виробництва, сприяючи сталому розвитку та відповідності міжнародним екологічним стандартам. Нарешті, сучасне обладнання підвищує безпеку праці та допомагає зменшити ризики виробництва, що стане важливим фактором для залучення та збереження кваліфікованих працівників.

Деякі з новітніх інформаційних технологій є корисними для українських підприємств харчової галузі, наприклад:

- системи управління виробництвом (MES);
- системи управління ланцюгом постачання (SCM);
- системи управління відносинами з клієнтами (CRM);
- системи управління якістю продукції (QMS);
- інтернет речей (IoT)/

Наведені технології можуть покращити ефективність, контроль якості та конкурентоспроможність українських харчових підприємств.

Щодо політики просування продукції, українським підприємствам варто переглянути та змінити застарілі заходи маркетингу на сучасні, враховуючи швидкі зміни в споживчих уподобаннях та технологічному прогресі. Важливо активно використовувати цифрові маркетингові платформи, такі як соціальні медіа та онлайн реклама, для досягнення більшої аудиторії та побудови ефективного зв'язку з клієнтами. Інтернет-маркетинг охоплює всі компоненти маркетингової стратегії (аналіз ринку, цільової аудиторії та зовнішнього середовища; просування товарів, створення бренду, співпраця з посередниками, організація та підтримка торгівельних операцій), а також включає в себе різноманітні підгалузі (банерну рекламу, PR, методи досліджень ринку в Інтернеті, стратегії позиціонування бренду, вивчення попиту та аудиторії, розробка та впровадження ефективних рекламних кампаній тощо [4].

Для розвитку ефективної системи необхідно впроваджувати сучасні методи та інструменти управління, включаючи автоматизацію процесів, впровадження систем

економічного аналізу та звітності, вдосконалення системи мотивації персоналу та забезпечення постійного моніторингу та оцінки результатів. Тільки шляхом постійного вдосконалення та розвитку системи управління підприємство зможе досягти стабільності, конкурентоспроможності та успіху на ринку.

Отже, стратегічні орієнтири підприємств харчової промисловості в Україні передбачають необхідність активного впровадження сучасних технологій виробництва та маркетингу, зокрема застосування цифрових платформ, персоналізацію маркетингових стратегій та інноваційних підходів до продуктового розвитку. Крім того, важливо змінювати застарілі методи управління, спрямовані на підвищення ефективності та оптимізацію процесів, враховуючи сучасні виклики та можливості глобального ринку.

Список використаних джерел

1. Обсяг реалізованої промислової продукції за видами діяльності. Держстат України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/pr/orp/orp_u/arh_orp_u.html.
2. 20 найбільших харчових компаній України. Дніпропетровське Інвестиційне агенство. URL: <https://dia.dp.gov.ua/20-najbilshix-xarchovix-kompanij-ukraini/>.
3. Панін А. С., Бояринова К. О. Економічна диверсифікація як основа розвитку підприємства. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи. 2021. С. 100–101. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/230512>.
4. Турчин Л., Островерхов В. Сучасні тренди інтернет-маркетингу. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. № 24. С. 75–84. URL: <http://rarrpsu.wunu.edu.ua/index.php/rarrpsu/article/view/355>.

УДК 339.923

ПЕРСПЕКТИВИ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ ПРОДУКЦІЇ НА РИНКУ УКРАЇНИ

Анастасія Ущанівська

usapovskaanasta@gmail.com

Марія Назарова

masha24092003@gmail.com

Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна

Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. кафедри міжн. менеджменту Юлія Туницька

Імпортозаміщення продукції на українському ринку є важливим аспектом для розвитку національної економіки та забезпечення стійкості країни під час широкомасштабного вторгнення. Зменшення залежності від імпорту сприяє економічній незалежності, розвитку внутрішнього виробництва та створенню нових робочих місць.

В умовах обмеженого бюджету та значної залежності від зовнішнього фінансування України важливо визначити основні напрямки розвитку галузей, які здатні задовольнити національні інтереси, прискорити післявоєнну відбудову та досягти економічного розвитку. Незважаючи на заходи, вжиті Україною для зменшення залежності від ринків російської федерації та республіки білорусь, наслідки припинення економічних відносин з цими країнами після повномасштабного вторгнення виявилися складними через збереження значного обсягу торгівлі. Зокрема, у 2022 році частка росії та білорусі в обсязі зовнішньої торгівлі України складала 1,1% та 0,4% відповідно, а в обсязі імпорту – 2,8% та 2,5% відповідно. Ці показники свідчать про те, що залежність від імпорту перевищує залежність від експорту. За даними Держстату, імпорт з рф та рб в Україну у 2022 році зменшився у чотири та три рази відповідно, перевищуючи обсяг експорту України до цих країн у 3,1 та 7,3 рази відповідно [1].

Структура імпорту з російської федерації та республіки білорусь подібна за багатьма

позиціями, що призводить до високої загальної частки цих країн у окремих сегментах імпорту. Основну частку становлять енергетичні матеріали (73,9%), а також продукція хімічної та нафтохімічної промисловості, металургії, машинобудування, деревообробна та будівельна сфери (рис. 1, 2).

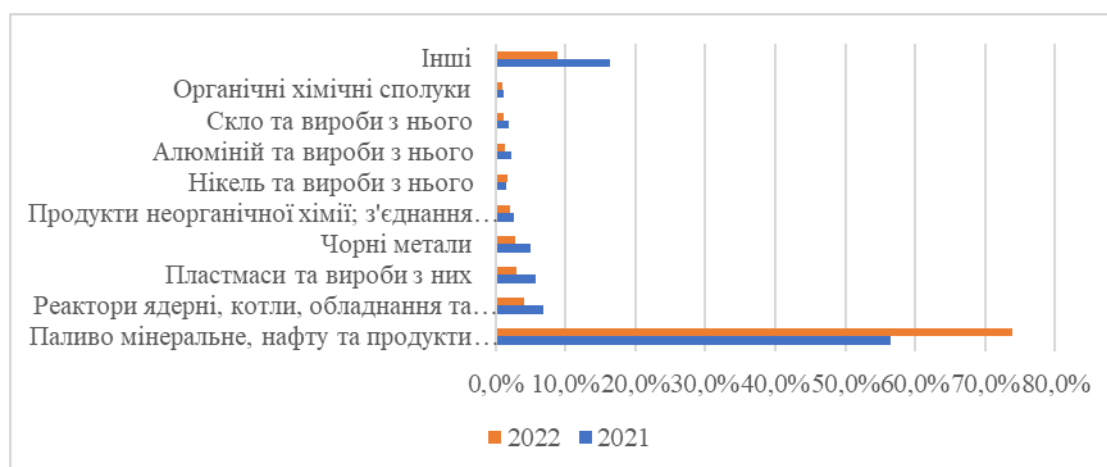


Рис. 1. Структура товарного імпорту з РФ у 2022 р., % [3]

З республіки білорусь структура товарного імпорту до України у 2022 році майже не відрізняється (рис. 2).



Рис. 2. Структура товарного імпорту з РБ у 2022 р., % [3]

Потенціал України для розвитку біоенергетики є значним, особливо з урахуванням кліматичних умов та наявності великих ресурсів у сфері промислового та аграрного секторів, а також наявності достатньої кількості робочої сили. Лише утилізація відходів рослинництва для виробництва енергії в найближчому майбутньому дозволить забезпечити 13-15% потреб країни в первинній енергії, а загальний економічно вигідний енергетичний потенціал біомаси в Україні становить приблизно 20-25 млн тонн умовного палива на рік [1].

Значна частка технологічного процесу в галузях хімії та нафтохімії до цього часу не досягла фінального етапу виробництва продукції. Приблизно 90% продуктів високої технологічності та 65% кінцевої хімічної продукції імпортуються в Україну. У зв'язку з цим, припинення імпорту з Росії та Білорусі було швидко замінено збільшенням імпорту з Польщі, Китаю, Туреччини та інших країн. Проте у зв'язку зі збільшеним ризиком для стратегічних галузей української економіки через конфлікт, зокрема у сфері сільського господарства, хіміко-фармацевтичної галузі, військово-промислового комплексу та машинобудування, необхідно відновити та розширити виробництво деяких стратегічно важливих категорій продукції, таких

як добрива, засоби захисту рослин, полімери, пластмаси та інші.

В Україну постачають різноманітні види чорних металів та виробів з них, тому частка російських постачальників у загальному обсязі продукції є незначною. Після припинення імпорту з росії відбулася швидка переорієнтація на інші джерела постачання, особливо за рахунок збільшення імпорту з Туреччини. Значний потенціал для заміщення імпорту в чорній металургії пов'язаний з розвитком мережі невеликих заводів з виробництва електрометалургійних виробів, які можуть переробляти металобрухт. Це сприяє ефективності заводів у виконанні завдань післявоєнної реконструкції, особливо в районах, що найбільше постраждали від конфлікту. Розвиток малих виробництв допоможе прискорити реструктуризацію металургійного сектору, забезпечить його стабільність через географічну та продуктову різноманітність, сприятиме поліпшенню екологічних показників, створенню нових підприємств та робочих місць, та зменшить залежність від імпорту.

Завдяки наявності уранових родовищ в Україні та існуючому Національному атомному енергетичному концерну «Енергоатом» Україна має можливість значно збільшити власне виробництво ядерного палива за наступні три роки за рахунок виробництва компонентів тепловиділяючих збірок. Процес імпортозаміщення українського ринку залізничної продукції вже розпочато. Компанія «Аурум», яка є українською багатопрофільною промислово-інвестиційною групою, розробила проект і планує почати серійне виробництво продукції для залізничної галузі у 2023 році, що досі імпортувалася з росії. Українська галузь тракторобудування, незважаючи на наявну виробничу базу, перебуває у серйозній кризі через низьку конкурентоспроможність. Для успішного створення галузі імпортозаміщення в Україні необхідно впровадження сучасних зарубіжних технологій та вибір спеціалізації, що відповідає потребам українських споживачів.

На сьогоднішній день українська цементна та деревообробна промисловість виявляють високий рівень розвитку та стабільність, що дає можливість розширювати виробництво та успішно замінювати імпорт на ринках. Однак відсутність сучасних технологій у виробництві будівельного скла суттєво обмежує потенціал України у відновленні після війни [2].

Таким чином, вихід із економічної залежності від російської федерації та інших країн, з якими Україна має тісні економічні та політичні зв'язки, є обов'язковою умовою для забезпечення економічної стабільності країни в умовах тривалого конфлікту. Процес заміщення імпорту не повинен ґрунтуватися виключно на створенні власного виробництва аналогічної продукції, але має сприяти відновленню економіки за рахунок пошуку та впровадження передових альтернатив, сучасних технологій і рішень.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 14.03.2024).
2. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/ekonomika/perspektyvy-importozamishchennya-rosiyskykh-ta-biloruskykh-tovariv-na> (дата звернення: 14.03.2024).
3. Trade Map - Bilateral trade between Ukraine and Belarus. Trade Map - Trade statistics for international business development. URL: https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=5|804||112||TOTAL||2|1|1|1|2|1|1|1|1|1 (дата звернення: 14.03.2024).

УДК 658.51

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА: ЦІЛІ ТА СТАДІЇ

Філяр Світлана

svitlana.filyar@e-u.edu.ua

Чечотенко Василь

v.chechotenko@e-u.edu.ua

Черкаська філія ПВНЗ «Європейський університет», м. Черкаси, Україна

Розвиток компанії неможливий без постійно діючої системи моніторингу зовнішнього та внутрішнього середовища, незалежної системи, яка виявляє потенційні проблеми та нові можливості. Ця організована система відслідковується, живе та оцінює поточні ситуаційні характеристики внутрішньої та зовнішньої сре- та й дає, за відповідної ситуації, що показує наявність значущих потенціальних цілей, відмашку для проведення циклу розвитку підприємства.

Цілі розвитку підприємства - це соціально-економічні цілі, забезпечити що мають суттєве підвищення конкурентоспроможності та стійкості у зовнішній середовищі, що забезпечують, по максимуму, його лідируючу позицію в галузі. І це істотні цілі, досяжні лише за сильної стратегії, а «сильна стратегія – це стратегія досягнення нових цілей, недосяжних за існуючого стану справ, неодмінно що включає розвиток підприємства необхідного рівня» [1, з. 66], стратегія, що забезпечує здійснення революційного стрибка у розвитку підприємства, його переведення на новий якісний рівень.

Цілі розвитку підприємства можуть бути різні, прерогативою їх постановки має власник, це може бути, наприклад, такі загальні соціально- економічні цілі, як:

- істотного підвищення вироблення та прибутку;
- істотного підвищення капіталізації;
- досягнення лідерства в своєму сегменті ринку;
- виходу на закордонні ринки та інше.

Ці цілі досягаються постановкою відповідних конкретних стратегічних цілей, які визначають три напрями розвитку:

1. Досягнення високих конкретних соціально-економічних цілей (наприклад заходів, підвищення вироблення в два рази, збільшення частки ринку на 20%, тощо).
2. Проведення конкретних змін (наприклад, системи бюджетування, впровадження нових технологій, і тощо.).
3. Максимально досяжні соціально-економічні цілі.

Перше напрямок є самим складним: відправний точкою розвитку є поставлена висока соціально-економічна мета, проте «реалізація стратегії передбачає проведення змін» [2, с. 20]. В даних умовах неможливо гарантувати досягнення спочатку поставлених соціально-економічних цілей. Проблема полягає в тому, що необхідність зміни входять у суперечність із сформованою в середині об'єкта організаційною культурою або зміни культури у консервативному вигляді, а також врахування, що система чинить опір на всіх рівнях запропонованим змінам, і не лише самим змін, а також їх підготовці. Нова ж культура може бути сформована лише після перегляду ситуації в цілому та успішному проведенні реорганізації і повне завершення змін. Тому суттєвою проблемою виступає те, що на час коли відбуваються зміни спостерігається розрив культури та норми організаційної культури, самоорганізації колективу що в свою чергу призводить доне досягнення цілей підприємства, тобто поставлені цілі перестають діяти і втрачають свою актуальність. Тому слід зауважити, що не тільки підприємство намагається зайняти вигідні позиції в першу чергу за рахунок проведення ключавих змін, а й керівники, колективи, окремі співробітники, добре поні- травня, тобто виграє, а хтось відповідно залишається в прогаші. На час підготовки та проведе дії змін діють різноспрямовані особисті

цілі, різнонаправлені особи не самоорганізація керівників та співробітників. А самоорганізація колективу в загалом, без належної організації страх перед змінами спрямований на розробку та впровадження змін. І навіть якщо стратегія розроблена «не за призначенням», якщо існує культурний розрив, «реалізація стратегії не є автоматичним наслідком формулювання стратегії». [3, с. 211].

Тому головною стратегією розвитку бізнесу має бути не соціально-економічна мета, а мета необхідних змін, а необхідною стратегією є стратегія «від змін», а не «від мети». (явні помилки - це Іраку, Лівія, де США виходили «від цілей»). Тому спочатку визначте, які важливі зміни необхідно здійснити для досягнення поставлених соціально-економічних цілей, а вже потім стратегію «від змін», тобто стратегію, яка буде реалізована у випадку, якщо Вам потрібно почати розвиватися. Культурна перерва. Директивне управління та стратегії, які зосереджені на таких змінах, щоб забезпечити досягнення цілей як компанії, так і команди, з метою швидкого завоювання більшості прихильників змін.

Другий напрямок видається найпростішим, адже відправною точкою є самі зміни (стратегія «від змін» початкова), під час цих змін можна сподіватися, що цілі соціально-економічного розвитку будуть досягнуті. Тому основні заплановані зміни мають бути чітко та системно продумані. Положення, зв'язок з іншими важливими положеннями, здійсненість, побічні ефекти та досяжні результати.

У третьому напрямку ми спочатку вирішуємо, які зміни реально можна здійснити всередині підприємства і до яких соціально-економічних результатів вони приведуть, тобто максимально досяжних результатів. За обсягом виробництва і прибутку підприємства це зростання більш ніж у 2-3 рази [4 С. 269]. І цей максимальний результат фактично визначають самі власники, встановлюючи обмежувальні політики. У цьому напрямку розвитку вихідним пунктом є весь комплекс взаємопов'язаних змін, тобто вся система, яка є найпотужнішою стратегією розвитку. І це найбільш оптимальний і ефективний напрямок розвитку бізнесу.

Таким чином, незважаючи на те, як поставлено цілі підприємства, розробка стратегії розвитку завжди повинна вестись «від змін».

Як показав ще Курт Левін [4, с.270], цикл розвитку бізнесу включає три основні фази: розморожування, зміна та заморожування.

1) Відповідно у фазі розморожування визначається необхідність змін, проводиться аналіз діяльності компанії та розробляється стратегія впровадження змін

2) На стадії проведення суттєвих змін виникає необхідність здійснення зміни, і організація повинна переходити до інноваційних методів діяльності або здійснювати її на більш високому, новітньому рівні розвитку.

3) Остання фаза заморожування, найбільш використовується при позитивних результатах досягнення запланованих змін, на цій стадії формується новий вид організаційна культури, яка визначатиме подальшу діяльність підприємства.

Послідовники Курта Левіна виділяли до 9 стадій розвитку, тільки фактично виступають розділеними стадіями Курта Левіна на окремі етапи, причому найбільше етапів – до 5, припадало на стадію розморожування.

Отже, процес визначення та досягнення цілей підприємства це клопітлива робота. Стратегія розвитку підприємства має вестися не «від цілей», а «від зради ній», з виявленням і реалізацією максимально досяжних (при прийнятих політиках) соціально-економічних цілей.

Список використаних джерел

1. Белко І.А. Стратегічне управління розвитком сільськогосподарських підприємств: дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 - економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Кам'янець-Подільський: ПДАТУ, 2018. 262 с.

2. Тогузаєв Т.Х. Наукові аспекти поняття "стратегії розвитку підприємства" / Т.Х. Тогузаєв // Економічна теорія та інституційна економіка. — 2009. № 2 (24). С. 19—27.

3. Томпсон А.А. Стратегічний менеджмент / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрікланд; пер. з англ. А.Р. Ганцева, В.Ю. Дроздова, А.Г. Завади, Т.В. Клекотів, Е.В. Кондуковой, К.Д. Сафонова, І.В. Тарасюк. — М.: Видавничий дім "Вільямс", 2006. — 928 с.

4. Pererva P., Kocziszky G., VeresSomosiM. Compliance program: tutorial. Kharkov: NTU «KhPI», 2019. 689 p.

УДК 330.322:620.9

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ РИНКУ ЗЕЛЕНИХ ОБЛІГАЦІЙ В УКРАЇНІ

Андрій Фролов

andriy.frolov@ukr.net

*докторант кафедри економічної теорії кандидат наук з державного управління
Київський національний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ, Україна*

Фінансова політика країн має постійно оновлюватись відповідно до глобальних викликів. Міжнародні фінансові організації готові вкладати кошти в держави, які дотримуються загальноновизнаних принципів і вимог. Тому країни впроваджують загальноприйняті стандарти та інструменти, що сприяють розвитку фінансових ринків за принципами «сталості» та «екологічності». Значна увага останнім часом приділяється зеленим облігаціям, випуск яких базується на виконанні цих вимог.

В світі зелені облігації відіграють все більш важливу роль у фінансуванні «зелених» активів. Ці цінні папери стають не тільки складовою фінансових ринків, а і *критично важливим елементом розвитку ринку зелених фінансів в цілому*. В ЄС зелені облігації ще розглядають як рушійний вектор у переході до низьковуглецевої економіки. Спеціально створені групи там багато працювали над *формуванням необхідних політик* для зміцнення довіри інвесторів.

Зеленою облігацією в ЄС вважають будь-який тип боргового інструменту, випущений будь-яким (європейським або іншим) емітентом з дотриманням вимог Стандарту ЄС щодо зелених облігацій (EU GBS). Стандарт EU GBS є добровільним та незаконодавчим з точки зору його дотримання. Але він є важливим з точки зору підтвердження відповідності оскільки створений для:

- а) підвищення довіри до ринку зелених облігацій в ЄС;
- б) сприяння ефективності, прозорості та порівнянності ринку;
- в) заохочення учасників ринку емітувати зелені облігації та інвестувати в них в ЄС.

В ЄС зелені облігації мають відповідати наступним трьом вимогам:

1. Надходження від розміщення зелених облігацій мають використовуватися виключно для фінансування або рефінансування (як часткового, так і повного) нових та (або) існуючих зелених проєктів, що визначені в EU GBS і представлені у відповідній документації щодо облігацій.

2. Політика емітента щодо зелених облігацій має відповідати EU GBS.

3. Відповідність облігацій емітента має бути підтверджена кваліфікованим верифікатором згідно з вимогами EU GBS [1].

В Україні для розвитку ринку зелених облігацій вже також прийнято певну нормативно правову базу. Зокрема, Верховною Радою України прийнято Закон України «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки» у редакції Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення залучення інвестицій та запровадження нових фінансових інструментів» від 19.06.2020 №738-IX, яким запроваджено зелені облігації як фінансовий інструмент.

Законодавством встановлено, що зелені облігації – це облігації, умови розміщення (проспект емісії, рішення про емісію) яких передбачають використання залучених коштів виключно на фінансування проєкту екологічного спрямування або окремого його етапу. Проєктом екологічного спрямування вважається проєкт у сфері альтернативної енергетики, енергоефективності, мінімізації утворення, утилізації та переробки відходів, впровадження екологічно чистого транспорту, органічного землеробства, збереження флори і фауни, водних і земельних ресурсів, адаптації до змін клімату, а також інший проєкт, спрямований на захист навколишнього природного середовища, впровадження екологічних стандартів, скорочення викидів у навколишнє природне середовище [2].

Визначення зелених облігацій в українському законодавстві цілком відповідає європейській практиці, а проєктів екологічного спрямування – переліку зелених проєктів, що містяться в EU GBS. Але одночасно неврегульовано питання стандарту зелених облігацій, що може бути перешкодою для оцінки їх відповідності кваліфікованим верифікатором за принципом відповідності облігацій EU GBS.

Спираючись на досвід ЄС, в Україні розробкою стандарту зелених облігацій має займатись регулятор з питань цінних паперів та фондовому ринку. Розробка цього стандарту мала б нормативно врегулювати керівні процедури для ринку зелених облігацій України, зокрема в частині: а) відбору і оцінки проєктів екологічного спрямування; б) механізмів фінансування і рефінансування цих проєктів; в) процедур моніторингу використання надходжень та управління коштами; г) стандартів звітності; д) зовнішнього контролю; є) нагляду з боку регулятора.

Стандарт міг би стати доповненням до Рішення Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку від 07.08.2021 №493, яким схвалено Рекомендації щодо реалізації або фінансування проєктів екологічного спрямування шляхом емісії зелених облігацій [3]. В Рекомендаціях регулятор дає роз'яснення щодо керівних процедур під час випуску зелених облігацій, у тому числі, в частині політики емітента щодо зелених облігацій, незалежного зовнішнього контролю (верифікації) випусків зелених облігацій.

Але питання впорядкування послуг зовнішнього контролю на ринку зелених облігацій України ще залишається відкритим. Хоча Концепцією запровадження та розвитку ринку зелених облігацій в Україні (затверджена розпорядження Кабінету Міністрів України від 23.02.2022 № 175-р.) і передбачено встановлення режиму акредитації зовнішніх верифікаторів та оцінювачів зелених облігацій [4], досі не запроваджено перехідний режим акредитації, який би допоміг розвивати локальний ринок зелених облігацій в короткостроковій перспективі.

В рамках перехідного режиму важливо: а) визначити критерії до професійної кваліфікації верифікаторів в контексті стандарту зелених облігацій; б) здійснити реєстрацію верифікаторів, що візьмуть на себе зобов'язання дотримуватися цих критеріїв на добровільній основі; в) створити реєстр верифікаторів, які будуть здійснювати ці функції доки не буде встановлений режим постійної акредитації. Апробації перехідного режиму впродовж трьох років може дати основу для нормативного врегулювання акредитації зовнішніх верифікаторів на ринку зелених облігацій. Таким чином виникне потреба в законодавчих змінах, пов'язаних із визначенням стандартів «сталості» та «екологічності», а також їх перевірки як для зелених облігацій, так і для інших зелених фінансових інструментів.

Список використаних джерел

1. European Commission. EU green bond standard usability guide. URL: https://finance.ec.europa.eu/system/files/2020-06/200309-sustainable-finance-teg-green-bond-standard-usability-guide_en.pdf
2. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення залучення інвестицій та запровадження нових фінансових інструментів : Закон України № 738-IX від 19.06.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/738-20#Text>

3. Про схвалення Рекомендацій щодо реалізації або фінансуванню проєктів екологічного спрямування шляхом емісії зелених облігацій : Рішення НКЦПФР №493 від 07.07.2021. URL: https://saee.gov.ua/sites/default/files/blocks/Rekomendatsiji_NKTSPPFR.pdf

4. Про схвалення Концепції запровадження та розвитку ринку зелених облігацій в Україні : Розпорядження Кабінету Міністрів України № 175-р від 23.02.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/175-2022-%D1%80#Text>

УДК 339.1-051

ПРОБЛЕМИ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЗЕЛеної ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ

Ірина Шевцова

ira24757@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: викладач Альона Руденко

У сучасному світі навколишнє середовище зазнає забруднення на постійній основі. Кожен із нас у своєму житті невід'ємно впливає на атмосферу та природу. Концепція "зеленої" логістики полягає в тому, щоб допомогти планеті стати "чистішою" через розсудливі дії, як окремих осіб, так і підприємств. Переважна більшість населення вважає, що екологічність - це завжди дорого. Проте це не завжди правда. Найціннішим для нас є життя. Забезпечення комфортного існування - головний пріоритет для кожної людини. Сучасні реалії підтверджують значні успіхи впровадження логістичних технологій та стратегій у діяльність як зарубіжних, так і українських підприємств, державних установ, комерційних та некомерційних організацій. Сьогоднішня інноваційна парадигма логістики переходить на новий рівень організаційного та управлінського функціоналу, впроваджуючи логістичні рішення, механізми, технології та стратегії, які здатні забезпечити захист навколишнього середовища на досить високому рівні.

Теоретичні питання «зеленої» логістики, та ситуацію в Україні зокрема, досліджували такі вчені, як З. Тіббен-Лембке [1], К. Комптойс [2], Л. Соньян [3], Ю. Чортюк [4], О. Величко [5], Н. Тюріна [6], Н. Коніщева [7], О. Коломицева [8] та ін.

Зелена логістика стала популярним напрямом для багатьох світових компаній. Такі відомі бренди, як Casio, Toyota, Honda, Xerox, Volkswagen, Hewlett-Packard, Johnson & Johnson і Sony, дотримуються принципів зеленої логістики. Розвиток зеленої логістики сприяє подовженню життєвого циклу товарів. Компанії, які враховують екологічні аспекти, не лише мають на увазі спосіб доставки товарів кінцевому споживачеві, але й стежать за мінімізацією негативного впливу на навколишнє середовище під час виробництва, переробки, транспортування та використання товарів. Наприклад, компанія BMW розробляє автомобілі з частинами, які можуть повністю перероблятися. Sony знизила викиди CO₂ на близько 47% за рахунок зменшення об'єму упаковки та дотримання принципів зеленої логістики [2].

Серед завдань, які вирішує «зелена» логістика можна виділити наступні:

- оптимальний розподіл відходів продукції;
- безпечна утилізація;
- мінімізація шкідливих викидів в атмосферу;
- дотримання екологічних норм і правил у процесі виробництва;
- заміна штучних джерел енергії на природні;
- раціональне використання природних ресурсів.

Серед організацій, що використовують принципи «зеленої» логістики можна відмітити «Євротермінал», за ініціативи організації з'явилась нова залізнична гілка від «Сухого порту» до станції Одеса-Пересип. Перевезення залізницею – більш екологічний вид транспортування та дозволяють розвантажити міський трафік від вантажних авто. «Зелена» ініціатива компанії дозволила істотно зменшити шкідливі викиди в атмосферу вже сьогодні [2].

Логістична діяльність все ще має вплив на різні компоненти довкілля: забруднює атмосферне повітря і водне середовище, знищує озоновий шар тощо. За даними державної служби статистики продовжують збільшуватися викиди забруднюючих речовин у атмосферне повітря від пересувних джерел забруднення. Так, з 2016 р. по 2020 р. загальний їх обсяг збільшився на 10,6% й становить 1778659 т. [9]. Дані на рисунку 1, були підраховані до війни, а з початком повномасштабного вторгнення в Україні додаткових викидів в 120 мільйонів тон діоксиду вуглецю спровокувала російська збройна агресія проти України.

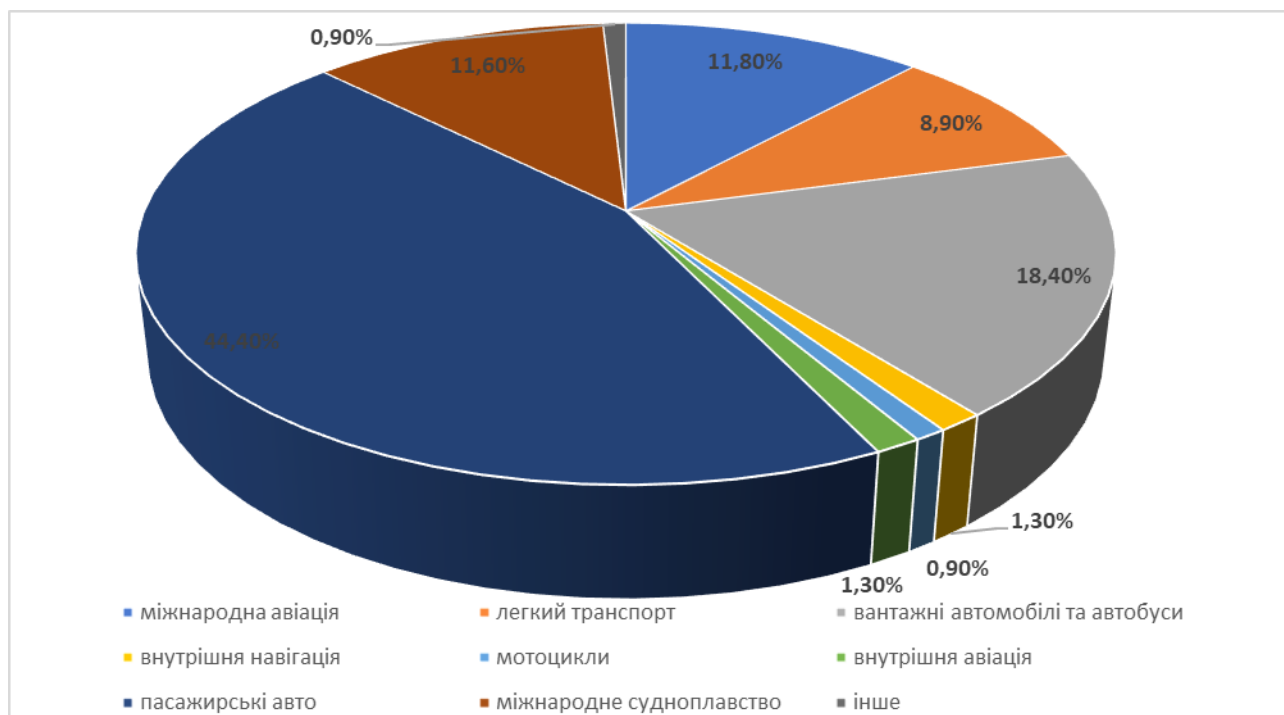


Рис. 1. Структура шкідливих викидів різними видами транспорту

Джерело: побудовано автором на основі [9]

На сьогодні багато компаній, що займаються виготовленням автомобілів приділяють велику увагу для вирішення екологічних проблем. Явище ESG (Environmental, Social, and Corporate Governance) набуває все більшої популярності, коли компанії активно вирішують екологічні, соціальні та корпоративні завдання. Виробники автомобілів розробляють деталі для зменшення використання палива, а електричні вантажівки виявляють великий потенціал. Наприклад, Mercedes Benz і Volvo вже представили великотоннажні автомобілі з електричними двигунами. В Україні, невдовзі з'явиться вітчизняна електрична вантажівка, над якою вже працюють на Кременчуцькому автомобільному заводі.

Вже зараз інтенсивно впроваджуються законодавчі акти, спрямовані на зменшення викидів вуглекислого газу. Ці акти можна класифікувати на традиційні, економічні та інструменти інфраструктури та ринкової лібералізації. Країни, що підписали протокол, включаючи Україну, встановили для себе конкретні кількісні обмеження щодо скорочення викидів.

В Україні проблемами, що стримують розвиток «зеленої» логістики є наступні:

- пріоритет на економічну доцільність екологічних стандартів;
- недостатньо розвинена система державного управління у сфері охорони довкілля;
- недотримання природоохоронного законодавства та екологічних прав і обов'язків громадян;
- низький рівень контролю за дотриманням природоохоронного законодавства та відсутність гарантії відповідальності за його порушення;
- відсутність чіткого алгоритму та мотивації для впровадження зеленої логістики у компаніях;

— військові дії на території України.

В перспективі для розвитку зеленої логістики, Уряд та підприємства повинні сприяти появі транспорту з нульовим рівнем викидів, пріоритет залізничних та водних перевезень, так як Україна має значний потенціал для просування громадського транспорту, велосипедного руху, а також розвитку залізничного і водного транспорту як для пасажирських, так і для вантажних перевезень. З полегшенням оподаткування імпорту електромобілів, Україна вже створює сприятливі умови для розвитку електромобільності. Тому зараз важливо зосередитися на рекомендаціях щодо розширення мережі електрозарядних станцій і підтримки використання електровелосипедів та електросамокатів.

Україна планує досягти кліматичної нейтральності до 2060 року, що означає, що сектор транспорту стане предметом ще більшої уваги. Проте на даний момент, коли в Україні повномасштабна війна розвиток транспортної системи без шкідливих викидів наразі практично неможливе, особливо в регіонах де ведуться активні бойові дії та прифронтових зонах.

На тилкових територіях, передбачається зростання частки електромобілів у парку легкових автомобілів до 3%. Однак очікуваний приріст автопарку електромобілів на 3% протягом 10 років є відносно природним та, ймовірно, буде перевищений до 2030 року. Згідно з дослідженням Transport&Environment, до 2026 року електрокари зрівняються в ціні з автомобілями з ДВЗ і подальше здешевлення сприятиме збільшенню їх кількості в автопарку. Таким чином, Україна може встановити більш амбіційну ціль щодо частки електромобілів, за умови закінчення військових дій.

Список використаних джерел

1. Ds. Rogers. R. Tibben-Lembke. An examination of reverse logistics practices. *Journal of Business Logistics*. 2001. № 22 (2). P. 129–145.
2. Rodrigue J.-P. Green logistics (the paradoxes of) / J.-P. Rodrigue, B. Slack, C. Comtois. London: Pergamon, 2001. P. 339–350.
3. Yanbo Li, Songxian Liu. The Forms of Ecological Logistics and Its Relationship Under the Globalization. *Ecological Economy*. 2008. № 4. P. 290–298.
4. Чортюк Ю. В. Екологічна стратегія логістичної діяльності торгових підприємств. *Прометей: регіональний збірник наукових праць з економіки*. № 2 (23). Донецьк : ДЕГІ, 2007. С. 226–229.
5. Величко О.П. Логістичне забезпечення сільськогосподарського виробництва великих аграрних компаній. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2012. № 1 (56). С. 118–123.
6. Тюріна Н. М., Гой І. В., Бабій І. В. *Логістика : навч. посіб.* Київ : Центр учб. літ, 2015. 392 с.
7. Коніщева Н. Й., Трушкіна Н. В. Управління логістичною діяльністю промислових підприємств. *Економіка промисловості*. 2005. № 1 (27). С. 114–123.
8. Коломицева О. В., Яковенко В. С. Моделювання процесів оптимального управління логістичними розподільчими системами. *БізнесІнформ*. 2012. № 7. С. 18–21.
9. «Євротермінал» про те, що таке «зелена логістика» і як її застосовувати. URL: <https://www.unn.com.ua/uk/news/1929434-yevroterminal-pro-te-scho-take-zelena-logistika-i-yak-yiyi-zastosovuvati>. (дата звернення: 11.04.2024)

УДК 336.02:336 (477)

ПОДАТКОВА РЕФОРМА ПОВОЄННОГО ЧАСУ: ДОСВІД ФРАНЦІЇ ДЛЯ УКРАЇНИ

Леся Барабаш

lbarabash1705@ukr.net

Уманський національний університет садівництва, м. Умань, Черкаська обл., Україна

Однією з перших країн, що постраждала від перебігу Другої світової війни, стала Франція. Економіка держави зазнала значного руйнування, а відтак була фактично знищеною, рівнозначно як і її податкова система. До Другої світової війни податкова система Франції характеризувалася такими ключовими ознаками, як:

- прогресивна система оподаткування прибутку, за якою ставки податку зростали разом із рівнем одержуваного доходу;
- численність податків різних видів, включаючи податок на прибуток, податок на майно, податок на споживання (зокрема податок з продажів) і різні акцизи;
- централізоване адміністрування податків під егідою Міністерства фінансів з подальшим розподілом доходів між регіональними та місцевими органами влади;
- широкий спектр податкових пільг, відррахувань, звільнень від оподаткування для певних груп платників податків або певної діяльності (зокрема, охорона здоров'я та благодійні пожертвування);
- значний вплив непрямих податків, що були важливими джерелами доходів;
- розгалужена система внесків на соціальне страхування, за якою як працівники, так і роботодавці перераховували кошти у різні програми соціального забезпечення, включаючи охорону здоров'я, допомогу по безробіттю та пенсії;
- окремим аспектом слід згадати податок на багатство, відомий як солідарний податок на багатство (ISF), що застосовувався до осіб зі значними активами. Цей податок було скасовано у 2017 році та замінено податком на нерухомість.

Відновлення податкової системи Франції після Другої світової війни включало кілька основних напрямів, зосереджених на відновленні економіки країни, фінансуванні післявоєнної відбудови та вирішенні соціально-економічних викликів того часу. Відтак основними векторами діяльності стали наступні:

1. Забезпечення фінансовими ресурсами реконструкції після руйнувань Другої світової війни, що стало можливим завдяки впровадженню податків для фінансування відбудови інфраструктури, житлових проєктів і відродження промисловості;

2. Дотримання політики прогресивного оподаткування, згідно з якою особи з вищими доходами оподатковувалися за вищими ставками. Це розглядалося як спосіб просування соціальної справедливості та перерозподілу багатства в країні, що пережила значні соціальні потрясіння під час війни;

3. Запровадження нових податків: Франція запровадила нові податки або розширила існуючі, щоб задовольнити післявоєнні потреби. Зокрема, нові податки накладалися на прибутки компаній, приріст капіталу та високі доходи. Крім того, податки на спадщину та майно були переглянуті та знову запроваджені для фінансування соціальних програм і зменшення нерівності в багатстві;

4. Модернізація та спрощення: було докладено значних зусиль для модернізації та спрощення податкової системи з метою підвищення рівня її ефективності, відповідності вимогам часу та стану економіки, прозорості адміністрування. Серед проваджуваних заходів слід відзначити такі, як спрощення податкових процедур, оновлення податкового законодавства й інвестиції в інфраструктуру податкового адміністрування;

5. З метою забезпечення стимулювання економічного зростання, податкова система Франції передбачала впровадження нових податкових стимулів для підприємств, зокрема

податкових пільг на інвестиції та відрахування на капітальні витрати. Зазначені кроки заохочували участь приватного сектора в зусиллях з реконструкції.

6. Окремо Франція також використовувала свою податкову систему для фінансування програм соціального забезпечення, спрямованих на задоволення потреб вразливих верств населення та сприяння соціальній стабільності. Сферами концентрації у даній площині стали фінансування охорони здоров'я, освіти, соціального забезпечення й інших соціальних послуг.

7. Економічний світ після Другої світової війни потребував не лише консолідації навколо загального відновлення й убезпечення на перспективу, а й глобального міжнародного співробітництва та координації дій з питань оподаткування. Проявом означеного стала участь Франції в об'єднаних зусиллях по боротьбі з ухиленням й уникненням від сплати податків, проведення переговорів про податкові угоди з іншими країнами для сприяння транскордонній торгівлі й інвестиціям.

Зважаючи на досвід Франції у повоєнній відбудові та розвитку податкової системи, можна виокремити декілька прийнятних уроків і для України на перспективу. До таких, зокрема, варто віднести наступні:

- концепцію прогресивного оподаткування доходів фізичних осіб і прибутків підприємств з метою забезпечення принципу соціальної справедливості та зниження рівня податкового навантаження на платників з нижчими доходами;
- виокремлення пріоритетних сфер з механізмами найбільшого податкового сприяння (пільгами, звільненням від оподаткування тощо). До таких слід віднести розмінування й очищення деокупованих територій від наслідків військових дій, відбудова та розвиток інфраструктури, військово-промисловий комплекс тощо;
- сфера соціального захисту та забезпечення: збільшення кількості соціально незахищених осіб потребуватиме значних котів для реалізації програм державної підтримки;
- удосконалення механізмів адміністрування податків і платежів з метою забезпечення принципів зручності та прозорості тощо;
- окремим аспектом має стати робота з населенням з позиції підвищення рівня податкової грамотності, що дозволить зменшити прояви фактів ухилення чи уникнення оподаткування та проявів девіантної поведінки платників податків.

Загалом, як прослідковується у наведеному досвіді повоєнної відбудови Франції, так і в перспективних діях України у податковій сфері має бути досягнуто збалансування фіскальних інтересів держави з соціальною спрямованістю оподаткування. Тобто податки мають стати інструментом сприяння розвитку економіки на основі розуміння спектрів їх впливу та дії.

Список використаних джерел

1. Dubois, Pierre Taxation and Economic Policy in France after World War II. *Economic History Review* 25, 1972. No. 3. P. 438-455.
2. Goulard, Jean-Claude Taxation in France during the Post-war Period (1945-1968). In *Fiscal Reforms in the Post-war Era: Economic and Social Consequences*, edited by Matthew Harrison and Patrice Baubeau, London: Palgrave Macmillan, 2018. P. 139-152.
3. Taxation in France: A History of the Tax System. France Diplomatie - Ministry for Europe and Foreign Affairs. Accessed February 20, 2024. URL: <https://www.diplomatie.gouv.fr/en/coming-to-france/facts-about-france/information-about-taxes/taxation-in-france/>.
4. Picard, Pierre The French Tax System: A Brief History. *French Studies Bulletin* 16, 1995. No. 6. P. 23-25.
5. Warlouzet, Laurent Taxing for Growth? The Political Economy of French Tax Reforms during the Trente Glorieuses, 1945–1974. *The Journal of Modern History* 87, 2015. No. 4. P. 944-976.

УДК 338.246.8

ВІДБУДОВА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Аліна Бзенко

bzenkoalinaan@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

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

У зв'язку з військовими діями Україна потрапила в ситуацію гуманітарної, соціальної та економічної криз, що породжує нові виклики економічного відновлення після закінчення війни. Забезпечення послідовного та ефективного економічного зростання у повоєнний період вимагає комплексного підходу та обґрунтованих дій щодо визначення стратегічних пріоритетів, можливостей та загроз.

Бойові дії та постійні загрози безпеці спричинили значні руйнування інфраструктури, особливо у вугільній, сталеливарній та важкій промисловостях. Багато підприємств було зруйновано або серйозно пошкоджено, що призвело до втрати виробничих потужностей і зниження обсягів виробництва. Війна обмежила зовнішні ринки та зменшила обсяги експорту. Це впливає на прибутки компаній та загальний економічний розвиток країни, оскільки скорочення експорту призводить до дефіциту торговельного балансу. Також військові дії та політична нестабільність в країні призвели до зниження інвестиційної активності як іноземних, так і вітчизняних ринкових суб'єктів. Внаслідок війни багато людей втратили роботу через скорочення виробництва та руйнування підприємств. Український уряд змушений витратити значні кошти на оборону та військову допомогу. Як наслідок, бюджетні витрати на соціальні та економічні програми доводиться скорочувати, що може призвести до погіршення якості життя населення та зростання безробіття.

Одним із дієвих та ефективних інструментів повоєнного відновлення економіки країни є цифровізація різних сфер суспільного життя. Так, ключові аспекти цифрової трансформації України в контексті війни та конфлікту з росією було досліджено і представлено у Звіті Інституту Брукінгса «Україна: цифрова стійкість в умовах війни» [1]. За підсумками даного дослідження, Україна досить вдало використовує цифрові технології для забезпечення національної безпеки, активізації громадянської участі та розвитку економіки.

На думку експертів, цифрові технології можуть надати значний стимул для розвитку економіки України та залучення іноземних інвестицій декількома способами. По-перше сприятимуть підвищенню ефективності бізнесу, шляхом автоматизації бізнес-процесів. Цифрові технології дозволять оптимізувати виробництво та управління, зменшити витрати та підвищити продуктивність праці. По-друге цифрові технології дозволять підприємствам створювати нові продукти та послуги, в результаті чого інновації стануть ключовим фактором приваблення інвесторів [2].

Щоб країні якнайшвидше подолати складні часи, необхідно створити сприятливі умови для інвесторів, забезпечити прозорість та стабільність бізнес-середовища, спростити процедури реєстрації бізнесу та отримання дозволів. Не варто забувати про розвиток інфраструктури. Інфраструктурні проекти, такі як будівництво доріг, залізниць, аеропортів, можуть стимулювати економічний розвиток країни та залучати інвестиції. Також важливо забезпечити високий рівень освіти та інновацій у сфері науки для підтримки технологічного розвитку та конкурентоспроможності економіки. Розвиток малих та середніх підприємств може стати джерелом нових робочих місць, стимулювання інновацій, розвитку регіональних економік, розширення експорту та збереження культурних традицій. Ефективне управління державними ресурсами, боротьба з корупцією та покращення адміністративних процедур також можуть позитивно вплинути на економічний клімат країни. Однак, важливо враховувати можливі загрози, такі як: геополітична нестабільність у світі, висока інфляція, недостатня конкурентоспроможність певних галузей економіки, значна втрата головного

ресурсу економіки – людського капіталу, високий рівень фізичних руйнувань суб'єктів інфраструктури, зокрема критичної, рівень ментального здоров'я українців, не повернення значної частини українських біженців з-за кордону тощо. Для успішного відновлення економіки України необхідно розробити комплексну стратегію, яка враховуватиме всі ці аспекти.

Отже, на даний момент економіка України перебуває в дуже складному становищі. Перед нею постали масштабні виклики, зумовлені війною і пов'язані з масовим руйнуванням інфраструктури та проблемами відновлення виробництва української продукції, зокрема, відновленням українського експорту. Внаслідок гальмування економічного розвитку, набувають актуальності проблеми зростати безробіття та міграції робочої сили. Задля покращення економічного становища необхідні дієві заходи для стимулювання інвестицій (зниження податкових ставок, податкові канікули та надання інвестиційних гарантій для залучення інвесторів). Слід звернути увагу на відновлення та розвиток інфраструктури, що є ключовим фактором для відновлення виробничого потенціалу та залучення інвестицій.

Список використаних джерел

1. Ukraine: Digital resilience in a time of war. URL: <https://www.brookings.edu/articles/ukraine-digital-resilience-in-a-time>
2. Дослідження «Повоєнне відновлення економіки України». URL: <https://cpd.com.ua/uk/vidnovlennya-ekonomiky/>
3. Тиравський В. Світові технологічні компанії перетворили Україну на військову лабораторію штучного інтелекту. URL: <https://foreignukraines.com/2024/02/20/global-technology-companies-have>

УДК 338.246:658.11

ІННОВАЦІЇ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ КРАЇНИ

Вікторія Борисенко

здобувачка вищої освіти освітньої програми Економіка,
borisenkovictoria43@gmail.com

ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»

Науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри економіки і маркетингу, Людмила Горбатюк

Повномасштабне вторгнення росії на територію України в лютому 2022 року, призвело до руйнування інфраструктури, значних людських втрат та різкого скорочення підприємницької діяльності. Згідно з даними Державної служби статистики України [1], реальний ВВП України в 2022 році зменшився на 28,8 %. Це сприяє зростанню безробіття, зменшенню доходів найманих працівників та сплачених податків до державного та місцевого бюджетів.

Відновлення економіки країни та забезпечення її стійкого розвитку в повоєнний період вимагають комплексних заходів та потреб у розробці стратегій. Завдяки кваліфікованій робочій силі, потужній науково-дослідницькій базі та динамічній підприємницькій спільноті (entrepreneurial community), наша країна має всі шанси на успішне відновлення своєї економіки за допомогою інновацій та підприємництва.

Розвиток інноваційної діяльності підприємств є однією з ключових складових повоєнного розвитку України [2, с. 95]. Продовження військових дій на території України негативно вплинули на інноваційні екосистеми та обсяги надходження інвестицій в бізнес. Науково-дослідні установи наразі працюють зі зниженою потужністю. Значна кількість підприємств, які орієнтовані на експорт були заморожені або вимушено припинили роботу, що теж значно вплинуло на інноваційну діяльність та економічне зростання.

За даними Київської школи економіки війна спричинила значні економічні втрати, зокрема прямі збитки на суму більше 108 млрд доларів та непрямі збитки, оцінені у 129 млрд [3]. Важливість інновацій в умовах воєнного стану підкреслюється необхідністю державної підтримки наукомістких галузей та інноваційних проєктів, що є важливою умовою для залучення стратегічних інвесторів. Інновації відіграють важливу роль у забезпеченні обороноздатності України, відновленні інфраструктури, розвитку цифрової економіки та стимулюванні економічного зростання України.

Стратегія інноваційного розвитку України до 2030 року зосереджена на стимулюванні інноваційної діяльності підприємств, розвитку української інноваційної екосистеми та підтримці вітчизняної науки [4]. Уряд повинен інвестувати в освіту та навички, які необхідні для інновацій та підприємництва. Це може включати одним з популярних напрямів в освіті, як STEM. Як зазначає Інститут модернізації змісту освіти: «Посилення ролі STEM-освіти є одним із пріоритетів модернізації освіти, складовою частиною державної політики з підвищення рівня конкурентоспроможності національної економіки та розвитку людського капіталу, одним з основних факторів інноваційної діяльності у сфері освіти, що відповідає запитам економіки та потребам суспільства» [5].

З метою продовження повноцінної роботи бізнесу в Україні, триває урядова програма з його переміщення у безпечні регіони. За офіційними даними, завершили переїзд 606 підприємств, з них, 390 підприємств – відновили роботу на нових майданчиках у західних регіонах України. Загалом на переміщення бізнесу у цифровій платформі зареєстровано 1612 заявок [6].

Нами визначені основні проблеми, які не дозволяють підприємництву відновлюватись та ефективно працювати під час війни: критичний імпорт товарів та матеріалів, мала кількість платоспроможних клієнтів, непрогнозованість розвитку ситуації в країні відсутність достатнього капіталу та інші (рис. 1).

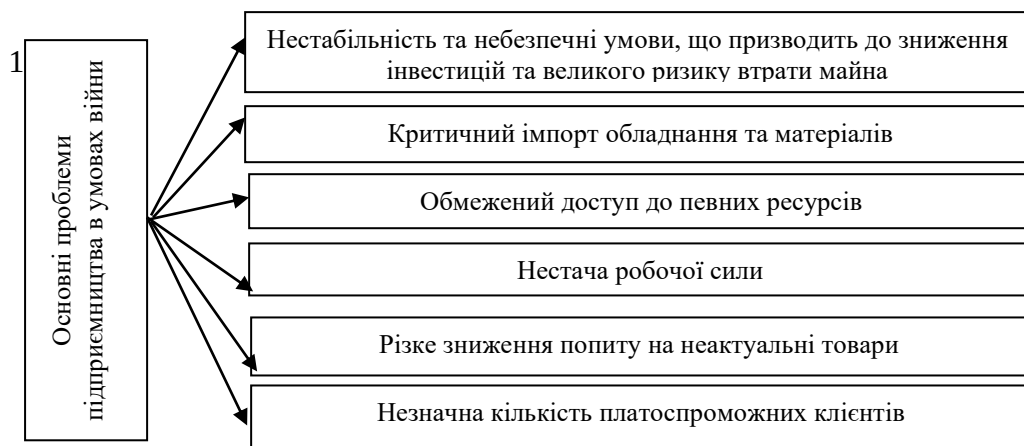


Рис. 1. Основні проблеми підприємництва в умовах війни в Україні

Джерело: сформовано авторами

З метою продовження повноцінної роботи бізнесу в Україні, триває урядова програма з його переміщення у безпечні регіони. За офіційними даними, завершили переїзд 606 підприємств, з них, 390 підприємств – відновили роботу на нових майданчиках у західних регіонах України. Загалом на переміщення бізнесу у цифровій платформі зареєстровано 1612 заявок [6].

Попри численні проблеми, багато українських підприємців знаходять ресурси та продовжують підтримувати державу та допомагати нашим героїчним збройним силам. Активний розвиток малих та середніх підприємств (далі МСП) може стати рушійною силою економічного зростання в умовах воєнного стану. Завдяки ефективним результатам своєї

діяльності, сплаті податкових надходжень МСП зможуть допомогти у відбудові країни. Зокрема, це стосується створенню нових робочих місць, адже, рівень безробіття в Україні в 2023 р. становив 19 % [7]. Підприємництво стимулює інновації та технологічний процес, що сприяє розвитку економіки та конкурентоспроможності країни на міжнародному ринку.

В умовах воєнного стану в Україні, інновації та підприємництво виявляться незмінними інструментами для економічного відновлення та відбудови країни. Незважаючи на виклики та втрати, спричинені повномасштабною війною, Україна демонструє значні зусилля для відновлення та розвитку інновацій. Підтримка держави та створення стабільного інноваційного екосистемного середовища посилять ресурси для розвитку підприємств, в тому числі МСП, і надасть їм можливість ефективно пристосовуватися та розвиватися в умовах війни.

Отже, лише спільні зусилля уряду, бізнесу та наукової спільноти відіграватимуть ключову роль у відновленні економіки, створенню та захищенню робочих місць, а також забезпеченню стійкого розвитку країни на довгострокову перспективу.

Список використаних джерел

1. Макроекономічні показники. *Державна служба статистики України*. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Лой А. Розвиток інноваційної діяльності підприємств торгівлі. *Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні: виклики воєнного часу* : матеріали XIV Міжнар. бізнес-форуму, м. Київ, 23 берез. 2023 р. С. 95-97. URL: <https://knute.edu.ua/file/MzEyMQ==/ed3426146432ea2f6837c04fe0c85b86.pdf>.
3. Загальна сума прямих задокументованих збитків зросла до 108.3 млрд доларів, мінімальні потреби у відновленні зруйнованих активів – 185 млрд. доларів *Kyiv School of Economics*. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zagalna-suma-pryamih-zadokumentovanih-zbitkiv-zroslo-do-108-3-mlrd-minimalni-potrebi-u-vidnovlenni-zruynovanih-aktiviv-185-mlrd/>.
4. Уряд напрацьовує Стратегію інноваційного розвитку України до 2030 року. *Кабінет Міністрів України*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/uriad-napratsovuie-stratehiu-innovatsiinoho-rozvytku-ukrainy-do-2030-roku-premier-ministr>.
5. STEM-освіта. *Інститут модернізації змісту освіти*. URL: <https://imzo.gov.ua/stem-osvita/>.
6. Бізнес в умовах війни: що заважає підприємцям працювати. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/stalo-vidomo-yak-ukrajinskiy-biznes-ogovtuyetsya-vid-pershogo-shoku-viyini-novini-ukrajina-11874339.html>.
7. Зарплати українців в 2024 році суттєво зростуть – НБУ – Фінансовий клуб. *Financial Club*. URL: <http://surl.li/spehx>.

УДК 336.226.44

ОСОБЛИВОСТІ ЕКОЛОГІЧНОГО ОПОДАТКУВАННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Павло Була

pavlobula21@gmail.com

Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль, Україна

Науковий керівник: д.е.н., професор Горин Володимир

Швидкий розвиток світової економіки призводить до серйозних екологічних проблем, які не можна вирішити без впровадження фінансово-економічних механізмів. Ці механізми передбачають компенсацію за екологічні збитки, що виникають внаслідок економічної діяльності. Один з інструментів у такому механізмі - екологічні внески, які передбачають

головним чином фінансування заходів з охорони природи за рахунок підприємств, відповідальних за завдану шкоду довкіллю. Зокрема, екологічні податки мають зацікавлювати у зміні шкідливої для довкілля поведінки та сприяти впровадженню передових технологій, що зменшують забруднення довкілля.

Тему екологічного оподаткування в своїх роботах досліджували такі вітчизняні вчені як: С.І. Юрій, А. І. Крисоватий, О. М. Десятнюк, В. М. Булавинець, В. П. Горин, І. П. Сидор та ін. Вчені провели аналіз сутності та змісту екологічного податку, дослідивши зарубіжний досвід екологічного оподаткування і можливості його впровадження в українську податкову систему. Вони також визначили основні напрями реформування екологічного оподаткування в Україні.

На даний момент важливо здійснити аналіз особливостей екологічного оподаткування в Україні у контексті воєнного стану, ураховуючи складні обставини, в яких опинилися деякі платники цього податку через вторгнення Російської Федерації на територію України. Також потребують подальшого дослідження питання щодо розробки та впровадження заходів, спрямованих на активізацію стимулюючої функції екологічного оподаткування з метою мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище, зокрема, враховуючи серйозну шкоду, яку завдала РФ екосистемі України [1, с. 183].

Зазначимо, що у період з 2019 по 2022 рік відзначається зниження надходжень екологічного податку до Зведеного бюджету України на майже 1195 млн гривень або на 19,6%. Особливо значне зменшення спостерігалось в 2022 році з початку повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України, оскільки найбільше постраждали регіони з промисловими підприємствами, що є найбільшими платниками цього податку. Також згідно п.69.16 підрозділу 10 Розділу XX «Перехідні положення» Податкового кодексу України, на територіях забруднених вибухонебезпечними предметах запроваджено скасування сплати екологічних податків до моменту, коли така територія буде визнана безпечною для ведення господарської діяльності.

Відповідно через це відбулось скорочення надходжень у 2022 році, що призвело до зменшення видатків на охорону навколишнього природного середовища більш ніж удвічі, що становило 5226,7 млн гривень (у порівнянні з 10620,6 млн гривень у 2021 році). Більшість цих видатків було спрямовано на фінансування заходів з запобігання та ліквідації забруднення навколишнього природного середовища пов'язаних з військовими діями [2].

Враховуючи високий рівень воєнно-техногенного забруднення більшості території України, потреби у значному фінансуванні та багаторічній реалізації проєктів з відновлення довкілля наголошують на необхідності змін у системі екологічного оподаткування. Система оподаткування повинна сприяти стимулюванню розумного споживання, підтримці процесів рециклінгу та сортування відходів, що дозволить зменшити негативний вплив на навколишнє природне середовище та здоров'я громадян.

З метою активізації стимулюючої функції екологічного оподаткування, державна політика повинна спрямовуватися на впровадження відповідних фінансових інструментів, зокрема, встановлення податкових пільг у сфері екологічного оподаткування. Це сприятиме зацікавленості підприємств, які виробляють негативний вплив на довкілля, у впровадженні відновлювальних джерел енергії та «чистих» технологій. Також важливо модернізувати виробництво шляхом переходу на ресурсозберігаючі технології, які завдають мінімальної шкоди навколишньому природному середовищу [3]. Для підвищення ефективності екологічного оподаткування в повоєнний період необхідно здійснити низку заходів:

1. Переглянути ставки екологічних податків та зборів з урахуванням інфляційних процесів та потреб відновлення довкілля.

2. Запровадити диференційовані ставки оподаткування залежно від рівня екологічної безпеки виробництва.

3. Розширити базу екологічного оподаткування, зокрема за рахунок включення викидів парникових газів.

4. Посилити контроль за повнотою та своєчасністю сплати екологічних платежів.

5. Стимулювати запровадження екологічно чистих технологій шляхом надання податкових пільг [4].

Отже, реалізація заходів з охорони довкілля, зокрема спрямованих на відновлення та збереження природного середовища, потребує значних обсягів фінансування. При цьому держава має відігравати ключову роль у цьому процесі. Відповідно до вітчизняного податкового законодавства, сутність екологічного податку полягає у грошовій компенсації збитків, завданих платником податку внаслідок забруднення навколишнього середовища. Разом з тим, стягнення цього податку має на меті стимулювати раціональне використання природних ресурсів.

Відповідно до показників зведеного бюджету України за 2019-2022 роки, бачимо скорочення надходжень від екологічного податку, а його частка у ВВП знизилася до найнижчого рівня за останні роки. З 2022 року національна економіка функціонує в умовах воєнного стану через повномасштабне вторгнення РФ на територію України. Це обмежило можливості багатьох платників екологічного податку через окупацію частини українських територій, постійні обстріли та воєнно-техногенне забруднення. Це спонукало законодавців внести зміни до Податкового кодексу, які дозволяють певною мірою зменшити податкове навантаження на таких платників.

Виходячи з усього вищесказаного, можна вважати, що екологічні податки є одним з основних економічних інструментів, який має не лише компенсувати завдану довкіллю шкоду, але й стимулювати шкідливі виробництва до зменшення негативного впливу на природу шляхом впровадження інноваційних рішень. Ефективна реалізація фінансово-економічного механізму передбачає стимулювання суб'єктів господарювання до впровадження ресурсозберігаючих технологій та природоохоронних заходів, зокрема через систему податкових пільг, зменшення бази оподаткування, запровадження диференційованих ставок тощо. Насамперед необхідно вдосконалити організаційне та інформаційне забезпечення цього механізму, зокрема шляхом запровадження постійного контролю за забруднювачами довкілля та моніторингу ефективності використання бюджетних коштів на природоохоронні заходи та оптимізувати їх відповідно до вимог воєнного часу.

Список використаних джерел

1. Клименко Т., Сидоренко О., Гливенко В. Екологічне оподаткування в умовах воєнного стану в Україні. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2023. №(35). С. 183-195.
2. Open budget: веб-сайт. URL: <https://openbudget.gov.ua>.
3. Податковий кодекс України. Кодекс України від 02.12.2010 №2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.
4. Федчишин В. Застосування екологічних податків в Україні: аналітична записка. Центр економічної стратегії, 2022. 50 с. URL: <https://ces.org.ua/environmental-taxes-in-ukraine-policy-brief>

УДК 330.5

ВПЛИВ ВІЙНИ НА ДИНАМІКУ ВВП УКРАЇНИ

Анастасія Василевська

nastia.kasimova2016@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: викладач, спеціаліст першої категорії Людмила Данилевська

Валовий внутрішній продукт – важливий макроекономічний показник, який

використовують для оцінки економічного зростання країни і для порівняння темпів її розвитку, якості життя населення з іншими державами. Актуальність дослідження ВВП України в контексті глобальних викликів обумовлюється тим, що даний показник є одним з найважливіших у системі національних рахунків, дає узагальнене уявлення про економічний розвиток країни в цілому та дозволяє оцінити кінцевий результат економічної активності її резидентів [1, с. 279].

Згідно з економічним словником, «ВВП – це узагальнений економічний показник, розрахований у системі національних рахунків, який оцінює остаточні результати поточного виробництва на території країни за певний проміжок часу, як правило, за рік» [2, с. 32].

Розрізняють номінальний і реальний ВВП. Номінальний ВВП визначається в поточних цінах даного року. Тому показник номінального ВВП може підвищуватися, навіть якщо обсяги виробництва товарів і наданих послуг не збільшуються, а ринкові ціни на них зростають. Реальний ВВП визначається у цінах попереднього (або базового) року і відображає наскільки зростання виробництва в країні дійсно відбулося, включаючи вплив інфляції.

Динаміка ВВП України за період 2014-2023 року представлена у табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка ВВП України у 2014-2023 рр. [3, 4].

Рік	Номінальний ВВП, млрд. грн.	Реальний ВВП, млрд. грн.	Відносне відхилення реального ВВП від номінального, %
2014	1566,7	1365,1	-12,9
2015	1979,5	1430,3	-27,7
2016	2383,2	2034,4	-14,6
2017	2982,9	2445,6	-18,0
2018	3558,7	3083,4	-13,4
2019	3974,6	3675,7	-7,5
2020	4194,1	3818,5	-9,0
2021	5459,6	4363,6	-20,1
2022	5191,0	3866,8	-25,5
2023	6537,8	5518,1	-15,6

Протягом 2014-2023 рр. спостерігається значна різниця між реальним та номінальним ВВП України. Найбільший відрив між показниками був у 2015 році – 27,7% та у 2022 році – 25,5%. Це було зумовлено високою інфляцією в країні, коли фактором зростання номінального ВВП було стрімке підвищення ринкових цін на товари і послуги через військову агресію росії.

За аналізований період ВВП України зростав до 2021 року. У 2022 році реальний ВВП скоротився на 28,8% і становив 3866,8 млрд. грн. (рис. 1). Це було найбільш стрімке падіння економіки за всю історію незалежної України. Для порівняння, ВВП в Україні у 2013 році до військової агресії росії становив \$180 млрд. А вже у 2022 році наша держава з показником ВВП на рівні \$160 млрд. фактично вийшла на рівень 2013 року, тобто відкотилися на 10 років назад. Основною причиною такого падіння ВВП стала повномасштабна війна, яку розпочала росія в лютому 2022 року, та пов'язані з нею наслідки, а саме: окупація значних територій, руйнування важливої інфраструктури і виробничих потужностей, блокада портів у Чорному морі та руйнування логістичних зв'язків, масштабна внутрішня і зовнішня міграція громадян. Всі ці наслідки призвели до різкого та значного скорочення споживчого попиту в країні, згортання інвестиційної діяльності, падіння експорту та втрати врожаїв.

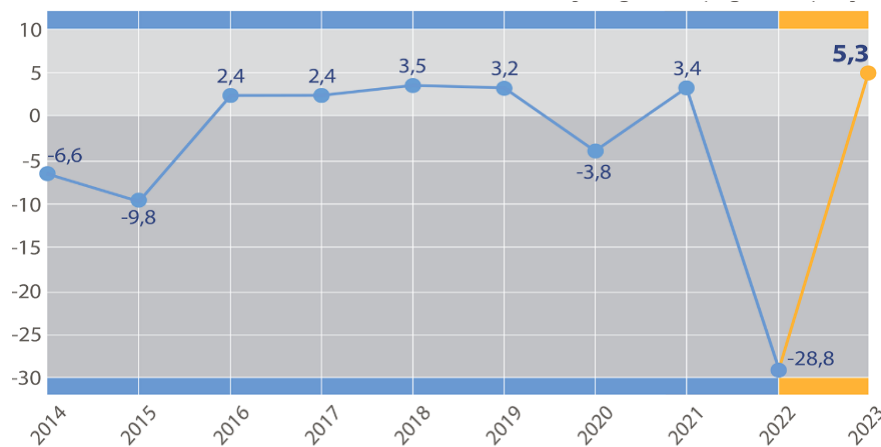


Рис. 1. Динаміка реального ВВП України (у % до попереднього року) за 2014-2023 рр. [5].

Протягом 2023 року повномасштабна війна продовжувалася, а з нею і великі економічні втрати та руйнування для України. Зокрема, на початку 2023 року тривали обстріли енергетичної інфраструктури та зберігався дефіцит електроенергії в країні. У лютому ситуація в енергетичній сфері стабілізувалася і це разом із високою адаптивністю бізнесу і населення, уповільнило падіння ВВП у I кварталі 2023 року до 10,3% порівняно з 30,6% у IV кварталі 2022 року. Руйнування влітку 2023 року росією Каховської ГЕС призвело до затоплення значних територій та перебоїв з водопостачанням у південних регіонах України. Значний негативний вплив протягом усього 2023 року спричинило й зупинення діяльності бізнесу під час повітряних тривог. Проте, попри усі проблеми, викликані війною, з II кварталу 2023 року реальний ВВП повернувся до тенденції зростання[5].

В умовах обмеженого внутрішнього виробництва через війну та поступового поживавлення попиту у 2023 році надалі зростали імпорتنі постачання. У минулому році імпорт збільшився на 8,5%. У результаті від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі негативно вплинуло на величину реального ВВП у 2023 році.

Вагомий внесок у зростання економіки у 2023 році мала м'яка фіскальна політика, яка проводилася державою, а це підживлювало внутрішній споживчий та інвестиційний попит. Були здійснені рекордні бюджетні витрати на оборону та безпеку, що зумовило подальше збільшення ролі державного сектору в економіці. Зокрема, споживання державного сектору за 2023 рік зросло на 9%, а його частка у структурі ВВП за два роки подвоїлася. Приватне споживання у 2023 році зросло на 6,1%[6].

Завдяки успішній адаптації бізнесу до воєнних умов показники більшості видів діяльності значно поліпшилися у 2023 році. Найбільші темпи зростання показали будівництво, переробна промисловість, ІТ-галузь.

За підсумками 2023 року реальний ВВП зріс на 5,3%. Але попри відчутне зростання у 2023 році, ВВП України приблизно на 30% нижчий, ніж він був до повномасштабного вторгнення росії.

Минулорічному зростанню ВВП сприяли: покращення ситуації в енергетичній сфері, подальше пристосування бізнесу та населення до умов війни, вищий врожай, побудова альтернативних маршрутів для експорту зерна і додаткові державні витрати ціною збільшення фіскального дефіциту і дефіциту рахунку поточних операцій, міжнародна підтримка.

Важливим показником економічного розвитку країни, який відображає якість життя її громадян є ВВП на душу населення. ВВП на душу населення України у 2022 році становив 3900 дол. США на рік. У світі цей показник в середньому становить 11000 дол. США. Середнє значення ВВП на душу населення по країнах Європейського Союзу – 34000 дол. США. Тобто, на сьогодні ВВП на душу населення в Україні майже в 10 разів менший, ніж у

країнах ЄС. Крім того, Україна відстає не лише від сусідньої Польщі (15600 дол. США), але і від Молдови (4400 дол. США). Динаміка ВВП на душу населення в Україні у порівнянні з іншими державами відображена на рис.2.

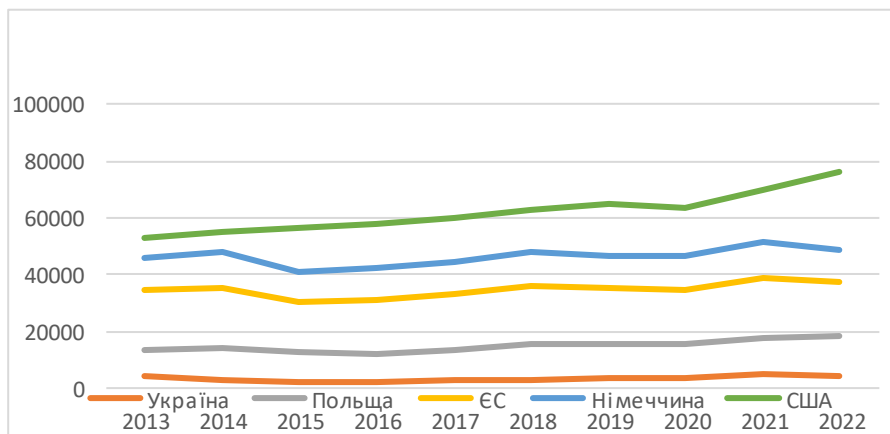


Рис. 2. Динаміка ВВП на душу населення, дол. США [5]

Для більш точного порівняння економічного потенціалу і якості життя населення в різних країнах розраховують ВВП за паритетом купівельної спроможності населення. У рейтингу країн по ВВП на душу населення за паритетом купівельної спроможності передові позиції займають Люксембург (142214 дол.), Сінгапур (127565 дол.), Ірландія (126905 дол.), Норвегія (114899 дол.) і Катар (114648 дол.). Україна у цьому рейтингу посідає 104 сходинку зі значенням 12671 доларів [7].

Згідно прогнозу НБУ, зростання реального ВВП триватиме впродовж 2024 року. За оцінками Світового банку, зростання ВВП України у 2024 році становитиме 3,2%. За попередніми оцінками це на 1,6 відсотки менше, ніж у 2023 році. У 2025 році зростання економіки України може прискоритися до 6,5% [8].

Затяжна війна продовжує найбільш негативно впливати на економіку України порівняно з усіма іншими факторами. І хоча, попри гірші прогнози міжнародних експертів на початку повномасштабного вторгнення росії, українська економіка вистояла, на сьогодні через високі безпекові ризики ситуація в Україні залишається бути вкрай невизначеною і слабо прогнозованою. Так, обмежити подальше економічне зростання країни можуть: підвищення інтенсивності бойових дій, загрози нових терористичних атак РФ і подальші руйнування інфраструктури країни, закриття «зернових» коридорів та посилення міграційних тенденцій.

Список використаних джерел

1. Дернова І.А., Боровик Т.М., Данилевська Л.С. Валовий внутрішній продукт України в контексті глобальних викликів. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2023. № 2. С. 279-288. DOI: <https://doi.org/10.23939/smeu2023.02.279> URL: <https://science.lpnu.ua/uk/smeu/vsi-vypusky/vypusk-5-nomer-2-2023/valovyy-vnutrishniy-produkt-ukrayiny-v-konteksti-globalnyh> (дата звернення 10.04.2024).
2. Осовська Г., Юшкевич О., Завадський Й. Економічний словник. Київ: Кондор, 2007. 356 с.
3. Валовий внутрішній продукт. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp> (дата звернення: 06.04.2024)
4. Зміна реального ВВП / Державна служба статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/Noviny/new2024/zmist/news/vvp_04_2023_L_u.png (дата звернення: 06.04.2024)

5. Коментар Національного банку щодо зміни реального ВВП у 2023. URL: [https://bank.gov.ua/ua/news/all/komentar-natsionalnogo-banku-schodo-zmini-realnogo-vvp-u-2023-rotsi#:~:text=\(дата звернення: 08.04.2024\)](https://bank.gov.ua/ua/news/all/komentar-natsionalnogo-banku-schodo-zmini-realnogo-vvp-u-2023-rotsi#:~:text=(дата звернення: 08.04.2024))

6. GDP per capita, PPP (current international \$) / The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD> (дата звернення: 08.04.2024)

7. GDP per capita, current prices / International Monetary Fund URL: <https://www.imf.org/external/datamapper/NGDPDPC@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD> (дата звернення 08.04.2024)

8. Global Economic Prospects / World Bank. URL: <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/661f109500bf58fa36a4a46eeace6786-0050012024/original/GEP-Jan-2024.pdf> (дата звернення: 08.04.2024)

УДК 331.5(477)

РИНОК ПРАЦІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Дар'я Дворецька

ddvoretska@ifkep.ukr.education

Ірпінський фаховий коледж економіки та права, м. Ірпінь, Україна

Науковий керівник: викладач Руслана Васека

Пандемія COVID-19 та війна вплинули на всі сфери економіки та життя в Україні. Ринок праці був заморожений через повномасштабне вторгнення. Масштабна внутрішня та зовнішня міграції, суттєве зростання рівня безробіття, що є нормальним для країн в стані війни, стало рушійною силою в падінні економіки України, а саме на ринку праці.

Одним з найбільших викликів для ринку праці під час війни є зростання безробіття. Зниження виробництва, замороження інвестицій, неробочі дні через обмеження робочого часу та загроза для безпеки працівників призводять до великої кількості людей, які втрачають роботу. Підвищене безробіття може призвести до збільшення бідності та соціальних конфліктів у суспільстві.

Іншим важливим аспектом є зміна структури ринку праці. Під час війни попит на працю може драматично змінитися в залежності від потреб військових операцій, відновлення інфраструктури та гуманітарних потреб. Це може створити дисбаланс між попитом та пропозицією праці в різних галузях економіки, що впливає на рівень заробітної плати та умови праці.

Опитування, проведене в березні 2022 року, показало, що половина українців, які працювали в Україні до повномасштабного вторгнення, втратили роботу через руйнування або скорочення бізнесу. Якщо брати до уваги 2022 рік, коли багато кваліфікованих фахівців з будь-якої сфери перебували у пошуку роботи, навіть ті ж ІТ - спеціалісти, які, як здавалося, були найбільш підготовлені до роботи у стані війни, також зазнали значного удару на ринку праці. За даними Європейської бізнес-асоціації (ЄБА), до кінця травня вже майже половина компаній (47%) повністю відновила свою роботу, а інша частина підприємств працює з певними обмеженнями або частково [1, с. 81]. Попри поступову адаптацію економіки до нових умов функціонування, в Україні зберігається високий рівень безробіття. За оцінками дослідницької агенції «Info Sapiens», у січні 2024 р. показник безробіття становив 17 %. Проблеми використання робочої сили загострюються в умовах поглиблення сформованих дисбалансів на ринку праці. Станом на 1 січня 2024 р. загальна чисельність безробітних, зареєстрованих у Державній службі зайнятості (ДСЗ), становила 96,1 тис. осіб (серед них понад 40 % мають вищу освіту) за наявності 40,2 тис. одиниць вакансій. Протягом 2023 р. мали статус безробітних 483,2 тис. осіб проти 867,6 тис. осіб – у 2022 р., з них у 2023 р.

працевлаштовано 160,1 тис. осіб та пройшли професійне навчання 32,9 тис. осіб, у 2022 р. відповідно – 248,8 тис. осіб та 46,6 тис. осіб [2].

Проблема забезпечення потреб економіки в робочій силі та адаптації сфери праці до умов воєнного часу з часом набувала все більшої актуальності, оскільки тривала війна суттєво змінила функціонування економічної системи в цілому та ринку праці зокрема. Заходи державної політики в період військової агресії Російської Федерації були спрямовані на забезпечення гнучкості праці та зайнятості, що поступово призвело до позитивних змін. Зокрема, у 2023 році було вдосконалено механізм надання роботодавцям компенсації за працевлаштування окремих категорій безробітних та за працевлаштування безробітних на нові робочі місця в малому бізнесі. Протягом року через програму компенсації було працевлаштовано 5 000 безробітних. У 2023 році роботодавцям компенсували витрати на оплату праці, пов'язані з працевлаштуванням 14 000 безробітних. Крім того, у 2023 році було прийнято позитивне рішення про надання малих субсидій на створення та розвиток бізнесу близько 10 000 бенефіціарам, що дозволить створити 26 000 нових робочих місць. У квітні 2023 року стартував проєкт «єРобота» - це грантова програма для ветеранів війни, людей з інвалідністю та членів їхніх родин для започаткування або розширення бізнесу. У 2023 році Україна прийняла позитивне рішення про надання субсидій 226 грантів, що дозволить створити 463 нових робочих місць.

Традиційно роботодавці найбільше шукають менеджерів, консультантів, адміністраторів та бухгалтерів. Якщо ви порівняєте топ-10 професій Work.ua з даними 2023 року, то побачите, що вони майже не змінилися. Значно зросла лише кількість вакансій і змінився рейтинг. Найпопулярніші професії також зберегли свої позиції: у трійці лідерів - сфера обслуговування, виробництво та продажі й закупівля (рис. 1).

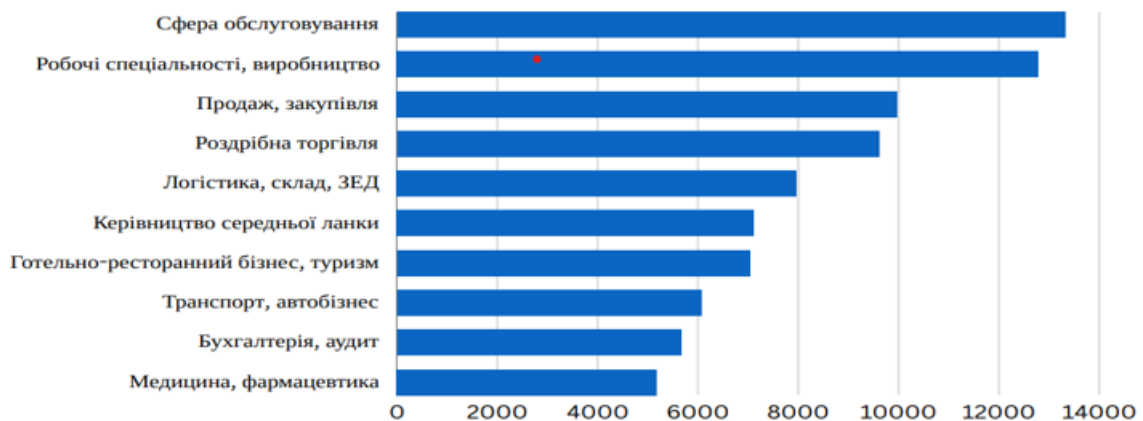


Рис. 1. Найпопулярніші напрями для працевлаштування

Респонденти HR-опитування зазначили, що компанії планують здійснити такі зміни у 2023 році: підвищити зарплати; вийти на інші ринки та шукати нових партнерів; збільшити бюджети на навчання та розвиток; збільшити чисельність персоналу; перерозподілити функції персоналу в бік крос-функціональності, скоротивши при цьому кількість необхідних спеціалістів [4].

Ринок праці в умовах війни 2024 року стикається з численними викликами. Проте, війна також відкриває нові можливості для розвитку та трансформації. Завдяки спільним зусиллям держави, бізнесу та громадян український ринок праці зможе не лише відновитися, але й стати більш стійким та конкурентоспроможним. Незважаючи на складність ситуації, існують можливості для подолання викликів, які ставить перед собою ринок праці під час війни. Важливою є підтримка та захист прав працівників, які постраждали від війни, забезпечення їм доступу до соціальних та економічних пільг, а також можливостей для перекваліфікації та адаптації до нових умов праці. Громадські та приватні ініціативи, спрямовані на підтримку працівників у військових конфліктах, а також урядові програми

соціального захисту можуть відіграти ключову роль у згладжуванні негативних наслідків війни на ринку праці. Важливою є також співпраця між урядом, бізнесом та громадськістю для розробки та впровадження програм та заходів, спрямованих на підтримку працівників та стабілізацію ринку праці.

Запровадження програм перекваліфікації для працівників, які втратили роботу через війну, може допомогти їм знайти нові можливості зайнятості у секторах, які показують стійкість під час конфлікту. Інвестування у навчання новим навичкам та компетенціям може підвищити шанси на успішне працевлаштування. Співпраця з міжнародними партнерами та участь у гуманітарних програмах може стати джерелом додаткових ресурсів та можливостей для підтримки ринку праці в умовах війни. Міжнародна допомога може сприяти відновленню інфраструктури, наданню соціальної підтримки та створенню нових робочих місць. Інвестиції у інноваційні сектори, такі як інформаційні технології, медичні послуги та енергоефективні технології, можуть сприяти створенню нових робочих місць та забезпечити сталість ринку праці під час війни. Розвиток цих галузей може зменшити залежність від традиційних секторів, які можуть бути вразливими під час конфлікту.

Висновок: ринок праці в умовах війни стикається зі значними викликами, але також відкриває можливості для впровадження нових підходів до соціального захисту та підтримки працівників. Спільна дія уряду, бізнесу та громадськості є ключовим елементом для забезпечення стабільності та розвитку ринку праці під час війни. Важливою є не лише реакція на виклики, але й впровадження стратегій та програм, спрямованих на забезпечення сталого розвитку та соціального захисту працівників у непевні часи війни.

Список використаних джерел

1. Mantur-Chubata O., Vaganova L. Ринок праці України в умовах воєнного стану. *«Економіка і регіон»*, 2022. № 2(85). С. 81-87. URL: <https://journals.nupp.edu.ua/eir/article/view/2636/2043>
2. Відновлення ринку праці в Україні в умовах війни: регіональні аспекти. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/sotsialna-polityka/vidnovlennya-rynku-pratsi-v-ukrayini-v-umovakh-viyny-rehionalni>
3. Державна служба зайнятості: офіційний сайт. URL: <https://www.dcz.gov.ua/analytics/view>
4. Присяжна Л. Як змінився ринок праці під час війни. URL: https://biz.ligazakon.net/news/218059_yak-zmnivsyia-rinok-prats-pd-chas-vyni

УДК 338.242

МОДЕЛЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Ганна Завадських

к.е.н., доцент

hanna.zavadskykh@tsatu.edu.ua

Таврійський державний агротехнологічний
університет ім. Дмитра Моторного, м. Запоріжжя, Україна

Конкурентоспроможність вітчизняних компаній тепер залежить не тільки від їхнього фінансового успіху (прибутковості, капіталізації), але також від нефінансових показників, які відображають їхню діяльність. Такі показники включають чесні та прозорі методи управління, використання екологічно безпечних технологій, соціальне забезпечення персоналу, встановлення відповідальних зв'язків з зацікавленими сторонами та інші аспекти

[1]. Отже, вітчизняні компанії все більше інтегрують таку бізнес-концепцію, як корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), в свої загальні стратегії розвитку для забезпечення своєї конкурентоспроможності та створення передумов для сталого розвитку у майбутньому. Концепція КСВ поширилася через позитивний вплив на суспільство та користь для репутації компаній, які обрали її впровадження. Хоча початково ця практика виникла в Європі та США, вітчизняні підприємства успішно застосовують методику КСВ протягом тривалого часу. Важливо зауважити, що більшість українських економістів, які вивчають розвиток і впровадження концепції соціальної відповідальності в системі взаємодії "державо-підприємство-суспільство", надають переважну увагу саме підприємствам і підприємству. Філософія соціальної відповідальності в бізнесі означає, що підприємство не просто працює для досягнення фінансових цілей, але також сприяє благополуччю суспільства. Таким чином, соціально-відповідальна компанія поєднує прибутковість з користю для громади, враховуючи цілі та цінності суспільства при прийнятті рішень і виконанні дій. З моменту початку воєнних дій більшість компаній були змушені переглянути свою стратегію корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та пристосувати її до нових умов і викликів. Першими проявами адаптації КСВ до воєнного стану стали рішення з питань безпеки: деяким співробітникам довелося змінити місце проживання або шукати притулок через втрату житла; деякі компанії взяли на себе зобов'язання забезпечити укриття; деякі з них почали надавати продукти харчування та необхідні речі людям, що перебували в окупованих територіях. В Україні стратегія корпоративної соціальної відповідальності успішно впроваджується і проявляється в усій своїй повноті як внутрішньою, так і зовнішньою. Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність охоплює процеси в компанії, орієнтовані на добробут працівників: створення безпечних умов праці, забезпечення стабільності та адекватного рівня оплати, медичне і соціальне страхування для персоналу, інвестування у розвиток людського капіталу, зокрема у підвищення кваліфікації працівників та надання допомоги в складних життєвих ситуаціях [4].

У травні 2023 року CSR Ukraine та The Page розпочали дослідження стійкості українських підприємств під час війни. У "Індексі КСВ 2023" взяли участь 30 компаній, які заповнили анкети, що ґрунтувалися на п'ятикомпонентній моделі КСВ у воєнний період: безперервність бізнесу і податки; безпека працівників; боездатність; спільнота; громада.

Компанія "Нова пошта" активно прагне здійснювати соціальну відповідальність та впроваджує різноманітні проекти сталого розвитку. Серед найбільш відомих із них можна виділити "Гуманітарну пошту України", "Нову пошту напівмарафон", програму реабілітації учасників АТО та "Школу бізнесу". "Гуманітарна пошта України" є ключовим КСВ-проектом компанії, в рамках якого вона безкоштовно доставляє вантажі волонтерським організаціям. З 2014 року компанія вже доставила понад 200 тисяч гуманітарних відправлень по всій Україні. У 2016 році була запущена довгострокова програма співпраці з медичними установами, які проводять реабілітацію учасників бойових дій на сході України. Школа бізнесу "Нової пошти" надає можливість власникам малих і середніх підприємств в різних регіонах України отримати необхідні знання для успішного розвитку своєї справи.

Компанія «Лантманнен Акса» віддана своїй місії забезпечення населення продуктами харчування, і вона продемонструвала це, підтримуючи своїх працівників, суспільство та державу. У складний період вона залишалася працездатною та активною, надаючи допомогу співробітникам та громаді, і ввійшла до числа 13% компаній України, що змогли продовжити свою діяльність.

Хоча напрями благодійної діяльності та соціальні проекти компанії "Фармак" та БФ Родини Жебрієвських залишаються незмінними - це здоров'я, освіта, захист культурної спадщини та підтримка армії, бюджети на проекти та благодійну допомогу збільшилися. Проте сприйняття глобальних цілей ООН, про які бізнеси звітують, зазнало змін.

За період з початку війни Креді Агріколь Банк посилив свою соціальну активність і значно прискорив втілення своїх проєктів. Деякі з цих ініціатив було успішно реалізовано

всього за декілька днів, оскільки допомога потерпілим від війни була негайною та необхідною.

Протягом року Креді Агріколь Банк направив 21 мільйон гривень на різноманітні благодійні проєкти, переважно на придбання медичного обладнання для лікарень, за допомогою благодійного фонду "Твоя опора". Усього було реалізовано понад 20 добрих ініціатив — як тих, що мали системний характер з мільйонними бюджетами, так і менших, ініційованих зазвичай працівниками у регіонах. З початку війни загальна підтримка від Credit Agricole S A та регіональних банків Credit Agricole Group становила 29,5 мільйонів гривень.

ESG (Environmental, Social, Governance) стала ключовою складовою роботи Asters, особливо під час повномасштабної війни, коли її значення зросло ще більше. Фірма виділила фінансові ресурси на підтримку як військових, так і цивільних структур, приєднуючись до благодійних проєктів у галузях освіти та охорони здоров'я. У минулому році вона також надала понад 4 тисячі годин юридичних консультацій безоплатно (pro bono). Фірма веде свій бізнес з прозорістю, надаючи комфортні умови праці для всіх своїх співробітників, та стежить за їхнім ментальним здоров'ям під час війни.

Гуманітарна допомога населенню, підтримка медичних закладів, евакуація та розміщення мешканців з районів бойових дій, організація сховищ для мешканців, запуск соціальних кухонь (забезпечення безкоштовним харчуванням, розподіл продуктів харчування) - це лише частина того, що роблять компанії, які незалежно від умов, чи то мирний час, чи пандемія, чи війна, віддані цінностям сталого розвитку та соціальної відповідальності.

Список використаних джерел

1. Завадських Г.М., Лисак О.І., Тебенко В.М. Корпоративна соціальна відповідальність: формування та реалізація в Україні. Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки), 2023. №2. С.130-139.
2. Індекс прозорості компаній України – 2019. Київ, 2020. С. 64. URL: https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2020/11/Transp_index_2019_ua_full_web-2.pdf.
3. Євтушенко В. А. Методика діагностики соціальної відповідальності українських підприємств. Актуальні проблеми економіки. 2021. № 4. С.49-69.
4. Решетняк Н.Б., Назаренко О.В., Єгорова Ю.В. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: сучасний стан та шляхи розвитку. Вісник НТУ «ХПІ», 2018. №20 (1296). С. 69-72.
5. Харчук В. Ю., Чернобай Л. І., Рябічина Ю. С. Корпоративна соціальна відповідальність вітчизняних компаній: особливості імплементації та розкриття інформації. Підприємництво і торгівля. 2021. (28), 103-110. <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-28-16>

УДК 338.242

ЕКОНОМІЧНІ РИЗИКИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Зайва Анастасія

naastyaaazaiiva@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: Олег Куклін д.е.н., професор

Протягом останніх двох років Україна стала свідком небаченого раніше вторгнення на свою територію, що призвело до серйозних втрат, як у людських життях, так і в економіці, включаючи сферу ресторанного бізнесу. Однак, навіть у злиднених умовах, вітчизняний бізнес продовжує вражати своєю стійкістю. Сектор ресторанного господарства виявляє

велику міцність і демонструє взаємну підтримку, ставлячи чоло всім викликам, включаючи економічні та фізичні загрози.

До початку повномасштабної російсько-української війни до 2022 року кількість ресторанних закладів в Україні неперервно зростала, а їх різноманітність вражала своїми можливостями. У готельно-ресторанних комплексах України пропонувався різноманітний відпочинок - від сучасних бізнес-готелів з усіма необхідними зручностями для роботи і відпочинку до затишних сімейних готелів, де можна було насолодитися атмосферою домашнього затишку. У країну вводилися нові авіалінії, інфраструктура в регіонах значно поліпшувалася, будувалися нові дороги. Все це сприяло швидкому розвитку внутрішнього та в'їзного туризму та одночасно мотивувало інвесторів вкладати кошти у будівництво готельно-ресторанних комплексів [1].

Але складна економічна ситуація в Україні, багато фінансових криз, а також пандемія коронавірусу важко вплинули на українські компанії, ускладнюючи їхню роботу, але водночас підсиливши їх стійкість. Тому, якщо в березні 2022 року лише 17% вітчизняних компаній працювали в повному обсязі, а ще третина лише планувала відновити роботу, то до сьогоднішнього дня цей показник зріс до 47% [2].

Війна в Україні має особливо руйнівний вплив через те, що російські війська, зіткнувшись зі збройним опором, перейшли до тактики "вогняного валу" і частого ракетного обстрілу. Незважаючи на це, деякі мережеві заклади продовжують свою діяльність, але нові самостійні готельно-ресторанні комплекси не відкриваються через небезпеку та невизначеність ситуації.

Якщо розглянути динаміку зростання кількості ФОП та ТОВ з ресторанними КВЕДами, то можна побачити, що в 2023 році значно зросла кількість відкритих закладів харчування (рис. 1)

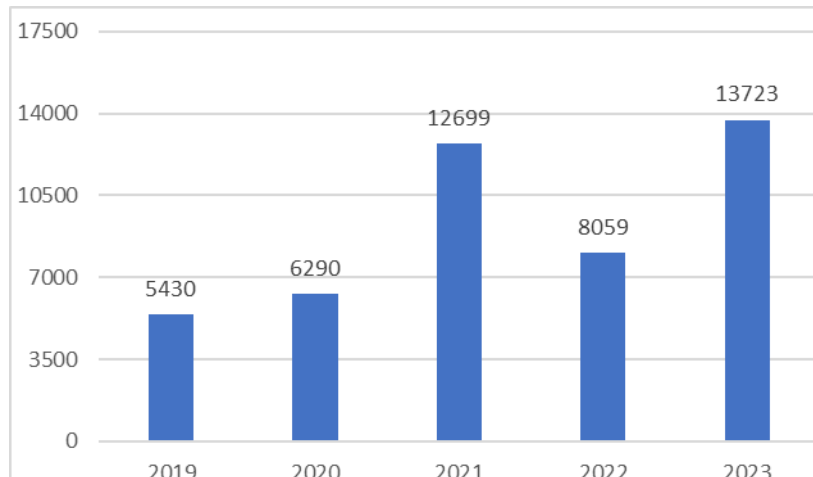


Рис. 1. Динаміка кількості реєстрацій ФОП та ТОВ з ресторанними КВЕДами

Джерело: побудовано автором на основі [3]

Тобто, дані рисунку 1 показуються, що в 2023 році незважаючи на військов дії кількість нових закладів харчування збільшилась на 1024 субєкти в порвнянні з тим же довоєнним 2021 роком.

Ресторанний та готельний сегмент галузі гостинності в Україні є важливими складовими. Однак, внаслідок повномасштабної війни, яка охопила країну, цей сектор, зокрема ресторанна сфера, відчуває серйозний удар. Цей бізнес, який ще не повністю відновився від наслідків пандемії, зіткнувся з новими викликами. Одним з головних завдань для нього зараз є виживання, оскільки деякі заклади були фактично зруйновані. Тому стратегічне планування в багатьох ресторанах обмежене максимум тижнем, а для деяких навіть 2-3 днями. Незважаючи на значні втрати в перші місяці війни, більшість ресторанів у

західних регіонах України змогли повернутися до рівня продажів до початку конфлікту, проте, під час блекауту обсяг продажів впав навіть в Західних регіонах країни. Зокрема під час першого тижня блекаутів, найбільше падіння виручки в ресторанному бізнесі було зафіксоване в Чернівецькій області на 15%, далі Тернопільській - 14% і Хмельницькій - 13%. Далі йшли Чернігівська, Житомирська та Івано-Франківська по 12%, Волинська та Рівненська по 10%, Черкаська, Одеська, Вінницька, та Львівська від 10 - 8%, і найменший рівень падіння був зафіксований в Київській та Закарпатській областях - 3% [3].

Другий тиждень був більш критичним в Кіровоградській області заклади ресторанної індустрії недоотримали 16% виручки, Волинській - 14, Миколаївській 13%, Одеській - 12%, Київській, Полтавській та Чернігівській по 11%. решта областей від 10 - 3% [3]. Слід зауважити, що в Львівській області зниження виручки взагалі не було зафіксовано.

Основними ризиками, які впливають на фінансовий стан ресторанного бізнесу внаслідок війни в Україні є:

1. Нестача кваліфікованих працівників у ресторанній сфері через трудову міграцію та відтік робочих ресурсів за кордон може призвести до нестабільності на ринку праці. Низький рівень розвиненості інституційних факторів також може знизити привабливість робочих місць та призвести до низького рівня кваліфікації працівників. Це має прямий вплив на якість обслуговування та безпеку гостей.

2. Погіршення іміджу країни та зниження її привабливості для туристів є наслідком попередніх ризиків, пов'язаних з неефективними інституційними чинниками. Ресторанний бізнес втрачає конкурентоспроможність та відстає від світових стандартів і тенденцій розвитку глобальної індустрії гостинності. Це негативно впливає на репутацію України як туристичної країни та призводить до зменшення кількості туристів, які обирають її як свою подорожню дестинацію.

3. Недостатній рівень розвитку галузі може виникнути в разі недостатньої уваги з боку влади і громадськості до її розвитку, зокрема, до вдосконалення законодавства. Це може призвести до занепаду або залишання галузі на низькому рівні розвитку. Наслідком буде зменшення якості та кількості готелів і ресторанів, низькі заробітні плати працівників та їх відтік у інші галузі або за кордон. Це також призведе до низьких доходів держави від туризму [4].

4. Зростання вартості імпортованих продуктів, зокрема це стосується закладів, які спеціалізуються на морепродуктах та ресторанів суши. Тому одним із основних напрямків розвитку стане зменшення використання іноземних інгредієнтів та переорієнтація на більш місцеву кухню. Щодо готельно-ресторанного бізнесу у західних регіонах України, 90% компаній цього сектору певний час після 24-го лютого не мали можливості працювати, і, станом на червень 2022 року, 20% з них так і не відновили повноцінну роботу [5].

Отже, повномасштабна війна в Україні стала великим випробуванням для багатьох економічних секторів, включаючи індустрію туризму та гостинності. На жаль, не всі заклади ресторанного бізнесу змогли витримати ці випробування, як фізично, так і економічно. У сучасних умовах непередбачуваності ключовим показником ефективності бізнесу є відсутність збитків та потреба в дотаціях. Для того щоб економічно вижити в таких умовах, потрібно вдосконалити чинники, які впливають на розвиток ресторанного бізнесу. Недостатня увага до цих факторів може призвести до серйозних наслідків для економіки галузі і сприяти нестабільності на ринку праці, а також відтоку капіталу з країни.

Список використаних джерел

1. Лупашко А. У якій ситуації опинився готельний бізнес під час війни URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/09/28/691984/> (дата звернення: 10.04.2024)

2. Лупашко А. Заощаджуємо та примножуємо. Як власникам бізнесу змусити гроші працювати в умовах війни. Діло. URL: <https://delo.ua/realty/zaosshhadzujemo-ta-primno-zujemo->

yak-vlasnikam-biznesu-zmusiti-grosi-pracyuvati-v-umovax-viini-404867/ (дата звернення: 10.04.2024)

3. Як змінився ресторанний бізнес у 2023 році? *Visit Ukraine today*. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/2869/how-has-the-ukrainian-restaurant-market-changed-in-2023> (дата звернення: 10.04.2024)

4. Даниленко-Кульчицька, В. А. "Вплив війни на готельно-ресторанний бізнес України. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі* (6). 2022. С. 19-23.

5. Посохов П. Як живе тернопільський бізнес на четвертому місяці війни? Аналізуємо збитки та очікування (ЦИФРИ). *Газета 20 хвилин: веб-сайт*. URL: <https://te.20minut.ua/Groshi/ochikuvannya-ternopilskogo-biznesu-na-chetvertomu-misyatsi-viyni-virya-11617692.html> (дата звернення: 10.04.2024)

УДК: 330.34(477):355.018

ВАЖЛИВІСТЬ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Дарія Карашук

Ірпінський фаховий коледж економіки та права, м. Ірпінь, Україна

dkarashchuk@ifkep.ukr.education

Науковий керівник: Руслана Васека, викладач

Розвиток національної економіки для країни має важливе значення з багатьох причин: впливає на сферу праці, ціни на товари і послуги, рівень інфляції; забезпечує зростання життєвого рівня громадян, залучення інвестицій, нарощування конкурентоспроможності України на міжнародному ринку та зміцнення її статусу на міжнародній арені.

Внаслідок повномасштабної війни, що розпочалася, українська економіка переживає складні часи. Поточний економічний стан країни відзначається різким спадом у продуктивності праці, ефективності бізнесу та використанні природних ресурсів. Втрати у сільськогосподарському секторі, особливо через виснаження земель та погіршення якості ґрунтів, привели до скорочення експортних можливостей аграрної продукції.

За оцінками Мінекономіки згідно даних Держстату, за підсумками 2022 року падіння ВВП склало понад 35%. Однак завдяки підтримці від урядів, парламентів, міжнародних партнерів та здатності бізнесу і громадян адаптуватися до нових умов, було уникнуто більшого падіння, що допомогло підтримати економіку.

Воєнний конфлікт серйозно вплинув на людські ресурси та критичну інфраструктуру, у тому числі через обмеження в портах, виробничих і постачальницьких ланцюгах, особливо в енергетиці. Найбільш постраждалими є регіони, де тривають бойові дії або які опинилися під окупацією. Воєнний конфлікт призвів до серйозних економічних труднощів. Наприклад: до зниження виробництва та експорту сільськогосподарської продукції, а саме зерна та соняшникової олії, які є важливими джерелами доходу для України; погіршення фінансової стабільності та бюджетного дефіциту через необхідність збільшення витрат на оборону, соціальні програми та підтримку внутрішньо переміщених осіб; руйнування та пошкодження критичної інфраструктури.

Зважаючи на значні збитки, які завдала економіці країни війна, розвиток української економіки є дуже важливим не тільки у повоєнний період, а й в умовах воєнного стану. Саме зараз необхідним для її підтримки є декілька ключових аспектів: відновлення експорту, підтримка розвитку агробізнесу, підприємств інших галузей, заходи з підтримки ВВП та регулювання інфляції, страхування та інвестиції, впровадження інновацій, розвиток металургійного виробництва.

Враховуючи описані тенденції, які відображають поточний стан економіки України, уряд активно розробляє та підтримує ініціативи та заходи, спрямовані на стабілізацію економічного положення країни у воєнний час. Серед запроваджених ініціатив - програма релокації бізнесів у безпечні регіони, створення державних замовлень для підтримки виробництва, важливі кроки у сфері дерегуляції, реформа податкової системи для зниження податкового тиску на компанії та програми безпроцентного фінансування для підтримки всіх галузей економіки.

У контексті євроінтеграції нова модель економічного розвитку України будується на принципах енергетичної незалежності, розширенні оборонної промисловості та посиленні обороноздатності країни, забезпеченні глобальної продовольчої безпеки, проведенні гуманітарного розмінування, розвитку ІТ-сектора та інвестуванні в людський капітал [1].

За два роки в умовах війни економіка України не лише втратила значну частку потенціалу створення доданої вартості, але й зазнала суттєвих структурних змін [2].

Важливим для національної економіки зараз є забезпечення умов для розвитку індустріальних парків, що можна порівняти з великим торговим центром для виробничих підприємств. Такі парки є ключовим інструментом для держави у підтримці виробничого сектору, оскільки економічне зростання прямо залежить від виробництва та інновацій. Важливо, що економіці потрібні не просто будь-які робочі місця, а ті, що є продуктивними, бо саме вони забезпечують реальний розвиток.

Зниження витрат також передбачає підвищення ефективності через інвестиції в сучасне обладнання, що стимулює створення нових робочих місць. В умовах глобальної кризи країни, як-от США, Великобританія та ЄС, борються з інфляцією, підвищуючи облікові ставки та виводячи гроші з обігу, щоб збалансувати попит і вартість товарів. Ці заходи, в той же час, породжують нові макроекономічні виклики для них, а отже, і для України, яка покладається на міжнародну підтримку. Українському бізнесу не варто чекати на безкоштовну допомогу; натомість потрібно діяти негайно [3].

У майбутньому виробничий сектор стане особливо привабливим для бізнесу, особливо з огляду на падіння рівня заробітних плат, що робить виробництво в Україні та експорт продукції більш вигідним. Відходити від сировинної моделі економіки та зосередитися на виробництві та переробці сільськогосподарської продукції стане трендом, з огляду на зростаючий глобальний попит.

Отже, важливість розвитку української економіки в умовах воєнного стану - це неабияк важливо. Звісно, він є важливим в будь-яких умовах, але в час воєнних дій - це те, на чому ми маємо акцентувати свою увагу.

Умови воєнного стану можуть стимулювати розвиток нових галузей економіки, які були раніше недостатньо розвинуті. Наприклад, збройна промисловість, оборонні технології, логістика та інші галузі, які сприяють підвищенню виробництва та створенню нових робочих місць. Крім того, ефективне управління економікою в умовах воєнного стану може допомогти забезпечити стійкість фінансової системи, зміцнити інфраструктуру країни та залучити інвестиції для подальшого розвитку країни.

Таким чином, узагальнюючи вище розглянуте можна зробити висновок, що військова агресія проти України від країни-агресора завдала серйозної шкоди економіці України, що призвело до гальмування економічної активності на різних територіях. У зв'язку з цим, обставини повномасштабної війни в Україні вимагають переосмислення стратегій у сфері державного регулювання економіки та розробки нових, ефективніших методів державного управління. Тому розвиток української економіки в умовах воєнного стану є критично важливим для забезпечення стабільності та процвітання країни, а також для зміцнення її обороноздатності.

Список використаних джерел

1. Григорук А. А., Литвин Л. М. Розвиток економіки України в умовах воєнного стану. *Наукові перспективи*. №4(34). 2023. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/4387/4411>
2. Щодо економічного становища в умовах воєнного стану та напрямів його покращення. *Економічна Експертна Платформа*. URL: <https://economics.org.ua/index.php/blog/377-economika-vv?ssp=1&setlang=ru&cc=UA&safesearch=moderate>
3. В. Хмельницький. Аналіз розвитку економіки України в умовах воєнного стану. URL: https://biz.ligazakon.net/news/213969_analz-rozvitku-ekonomki-ukrani-v-umovakh-vonnogo-stanu-vd-vasilya-khmelnitskogo

УДК 338

BUSINESS IDEAS WHICH WILL SUCCEED DURING AND AFTER WARTIME IN UKRAINE

Mariia Koretska

maria.koretska06@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: викладач Світлана Дмитрюк

Today, one of Ukraine's key tasks is to defeat the enemy, but it is also important to rebuild the country's economy, support Ukrainian businesses, and reconstruct the affected Ukraine, which in turn will help Ukraine win the war. What business to start during the wartime, and which venture will be profitable after the victory? The answers to these two questions may be similar because successful businesses now will continue to earn even more in the coming years. Which industries will be successful and yield additional profits?

The purpose of the article is to reveal some of the directions and ideas for businesses during wartime and after it.

The issues of challenges faced by Ukrainian businesses and opportunities for their development during and after the wartime have been studied and highlighted by many Ukrainian scholars: the regulatory and legal framework of the country's economy (Buha V.V. and Koshikov D.O.), the problems and prospects of post-war industrial development of the country (Dymchenko O.V., Smachylo V.V., Rudachenko O.O., Khaylo Ya.M.), the construction sector during the wartime and its restoration after the war (Bakhur N.V.), the opportunities of the restoration and development of Ukraine's energy sector (Kyrylenko O.V., Sniezhkin Yu.F., Basok B.I., and Baziief Ye.T.), psychological rehabilitation of veterans, participants of the anti-terrorist operation, and military personnel (Nazarenko I.I., Yakimets V.M., Pechyborshch V.P., Slabkyi G.O., Ivanov V.I., and Polishchuk A.O.).

Some of the directions and ideas for businesses that may succeed during wartime and after it are as follows:

1. Construction and related sectors

Construction is undoubtedly a leader among the business sectors that will be actively developing in the near future. Already, the government, according to its recovery plan, aims to attract investments in the following areas:

- \$150-250 billion - restoration and modernization of housing and infrastructure in the regions.

- \$35 billion - restoration and modernization of social infrastructure, including schools, hospitals, kindergartens, etc.

And although the country does not have these funds yet, rebuilding cities after Russian bombardments and military actions will undoubtedly be necessary. Therefore, it is possible to start a business in the construction sector right now.

It's not necessary to have million-dollar capital to start a successful business from scratch in this industry. One can undertake subcontracting work, rent out construction equipment, establish supply chains, or even start one's own production of construction materials. Additionally, one can offer convenient temporary housing options for displaced people [1].

2. Military goods and dual-use goods

The most profitable business during wartime is directly related to the production of weapons, military equipment, and ammunition. However, such business cannot be set up without significant investment and extensive technological knowledge. Therefore, it's necessary to pay attention at military and dual-use goods [2].

Among military goods, there will continue to be demand for items such as clothing, footwear, sleeping bags, first aid kits, bulletproof vests, helmets, and other accessories. These items constantly wear out and need replacement, leading to the emergence of many new military brands ready to meet this demand. In a rapidly developing market, new businesses can quickly find their place.

At the same time, entrepreneurs who produce dual-use goods will also be successful. Here are some examples of business ideas:

- Drones: They can be used for both civilian purposes by companies and for military purposes.

- Long-term storage food: Canned goods, freeze-dried food, and nutritious bars will be useful not only for the military but also for civilians after the war is over.

3. Energy independence and the Green Deal

Energy independence is already one of the key directions for the country's development. In the plan for Ukraine's recovery, the government has planned investments of \$130 billion, which are intended to be allocated to the following goals:

- Construction of smart grids.
- Reconstruction of damaged energy facilities.
- Localization of equipment production for renewable energy sources (wind turbines, transformers, cables, electrolyzers, batteries).

- Development of biofuel production (bioethanol, biodiesel, biomethane, biomass) from agricultural products, residues, and waste, etc.

Of course, the government's recovery plan does not guarantee that the size of foreign investments will be as desired by officials. However, it nicely outlines the key niches in which the state itself will invest funds. Therefore, entrepreneurs should already be developing relevant competencies and offering their solutions in the market.

4. Construction of defensive structures

It's difficult to imagine future Ukrainian cities without a network of modern shelters and high-rise buildings with bomb shelters. The war has proven their critical necessity. Therefore, people will invest money in defensive structures, both during the construction of new residential complexes and in existing ones. So, if one is considering what business to start after the war, it's necessary to pay attention to this industry.

The market for defensive structures will require diverse solutions:

- Budget-friendly and compact bomb shelters for private homes;
- Protection from bombardments for employees of enterprises and small businesses;
- Spacious bomb shelters for residential complexes;
- Structures for public spaces, and so on.

For example, in Kharkiv, they have installed a shelter-stop for public transport passengers,

where residents can hide from Russian missile attacks. Similar projects will be scaled up.

5. Rehabilitation of military personnel

Rehabilitation of military and civilian individuals affected by the war is a significant direction that needs to be developed in Ukraine right now. This encompasses various aspects such as medical, psychological, and social rehabilitation.

Thousands of people who defend Ukraine require physical recovery and psychological support. There is also a great need for qualified specialists and specialized institutions to work with the civilian population that has suffered various losses during the war.

Such social demand can be a great foundation for starting one's own business. For example, the following business ideas can be considered:

- Training courses to enhance the skills of medical professionals, psychologists, etc., specializing in working with veterans.
- Rehabilitation center.
- Psychological counseling services provided by specialists with expertise in war-related trauma.
- Production or import of specialized equipment for people's rehabilitation.
- Manufacturing prosthetics and other assistive devices [2].

References

1. Бахур Н. В. Вплив будівельної сфери України на регіональний розвиток у воєнний час. *Ефективна економіка*. 2022. № 5. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10306> (дата звернення: 10.04.2024). DOI: [10.32702/2307-2105-2022.5.92](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.5.92)
2. Бізнес-ідеї у війну: які напрямки матимуть успіх до та після перемоги <https://hub.kyivstar.ua/articles/biznes-ideyi-u-vijnu-yaki-napryamky-matymut-uspih-do-ta-pislya-peremogy> (дата звернення 10.04.2024)
3. Буга В.В. Нормативно-правове забезпечення бізнесу. *Право*. 2023. № 4 (82). – URL: http://www.law.stateandregions.zp.ua/archive/4_2023/9.pdf (дата звернення: 11.04.2024).
4. Клименко, Н. (2022). Особливості забезпечення цивільного захисту в умовах воєнного стану. *Науковий вісник: Державне управління*, (2 (12)), 218–233. [https://doi.org/10.33269/2618-0065-2022-2\(12\)-218-233](https://doi.org/10.33269/2618-0065-2022-2(12)-218-233)
5. Назаренко І.І., Якимець В.М., Печиборщ В.П., Г.О. Слабкий, Іванов В.І., Поліщук А.О.. Проблемні питання психологічної реабілітації ветеранів учасників антитерористичної операції та військовослужбовців операції об'єднаних сил в Україні (аналітичний огляд літератури). *Україна. Здоров'я нації*. 2019. № 1 (54). https://foundationdv.com/site-static/Uzn_2019_1_10.pdf (дата звернення: 11.04.2024).
6. Смачило В. В., Димченко О. В., Рудаченко О. О., Хайло Я. М. Проблеми та потенціал відновлення підприємств сфери будівництва в аспекті військової агресії Росії. *Інтернаука. Серія «Економічні науки»*. 2022. № 11. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-11-8435>

УДК 338.436.(477)

DEVELOPMENT OF BUSINESS STRUCTURES IN VILLAGES IN WARTIME CONDITIONS

Svitlana Kravchenko

sv.kravchenko.777@gmail.com

NSC “Institute of Agrarian Economics” NAAS, Kyiv, Ukraine

The development of agrarian enterprises during the wartime period is regulated by the establishment of special rules of economic interaction on the market by the state. These rules

determine performance indicators, motivations for cooperation, principles of gaining competitiveness, opportunities for realizing the institutional potential of economic forms, strategic priorities for the development of entrepreneurship and other factors of organizational and economic development of agrarian entrepreneurial formations. In the conditions of martial law, entrepreneurial activity takes place in changed institutional conditions, which is connected, in particular, with the establishment of special rules for the organization of business by the state. These rules affect the behavior of entrepreneurs, but the principles and purpose of entrepreneurial activity remain constant - "risk and profit" [1, p. 18-20].

The military aggression of the Russian Federation against Ukraine caused significant damage to the agricultural sector of the country, business entities suffered significant losses. The first thing that should be noted is the change in the institutional conditions of the functioning of the national agrarian complex, the development of entrepreneurial activity, namely: the drastic deterioration of logistics in the domestic and foreign markets; disorganization of the infrastructure and sales channels of agricultural products and food; decrease of Ukraine's share in world production - sales of agricultural products; increase in cost components and significant volatility of domestic market prices (supply prices). Rural areas were destroyed. The volume of production of the main types of products has decreased, the transport and logistics, social and marketing infrastructure is being destroyed; there is an outflow of personnel outside of Ukraine; 20% of arable land turned out to be inaccessible for agricultural production due to mining of the territory and temporary occupation; the functioning of wholesale production becomes more difficult. There have been changes in the industry: a change in the structure of production and its restructuring in terms of acreage, specialization, industry capabilities in a regional context; changing the structure and composition of cultivated crops; challenges regarding staffing; increase in the cost of product logistics; significant losses from military actions in the territories - the destruction of entire segments of the economy - industries, individual enterprises in general; mining territories; change in the institutional structure and number of business entities in the industry.

Thus, for 2012-2023, the number of large enterprises increased by +3 times or by 10-15 percent annually. At the same time, the number of medium-sized and small business structures decreased on average per year by 2-4 percent, small ones by 0.5-1 percent. These processes took place under the influence of mergers and acquisitions of large, medium and small business structures. The share of individual entrepreneurs among small entrepreneurs remains stable at 30-35 percent. However, qualifying the organizational and economic foundations of the development of entrepreneurial formations, we note that it depends on resource provision and significantly affects the effectiveness and efficiency of their industrial and economic entrepreneurial activity, and the improvement of the results of their management is possible with an optimal combination of human, intellectual, material and financial resources. For comparison, changes in land use mean not only the loss of agricultural land, but also the reduction of landscape diversity, which is a negative phenomenon, especially in the spatial context of sustainable development of rural areas. The state provides institutional support to business entities to strengthen their ability to function in martial law conditions. The measures of this plan consist in forming the conditions of access to the channels of product sales, logistics of obtaining resources (seeds, fertilizers, fuel, etc.). One of the segments of institutional support is digitalization, which extends to all possible segments of the organization's functioning and market interaction.

State support for the development of entrepreneurship during the period of hostilities consists in preferential lending. In 2022, 22,000 loans in the amount of UAH 86 billion were issued in the agricultural sector. More than half of these loans were issued within the framework of the "5-7-9% Available Loans" program. The Ministry of Agrarian Policy also launched the State Agrarian Register as a basis for receiving donor aid to farmers. Within the scope of the "State Agrarian Register" in 2022, 3,000 business entities were provided with financial support in the amount of UAH 1.6 billion. 2,763 business entities received UAH 1.3 billion for the development of crop production. 275 business entities received UAH 0.3 billion for livestock development. In 2023, 1.6

thousand business entities in agriculture received loans in the amount of UAH 60.1 billion. But 9,000 business entities received UAH 34.8 billion under the "5-7-9% Available Loans" program. According to the program "Affordable loans 5-7-9%" only in the period 09.10.-16.10.2023, 235 business entities received loans in the amount of UAH 1.3 billion. 21,000 loans in the amount of UAH 75 billion have been issued by banks since the beginning of 2023. Business entities mostly implement credit funds for anti-crisis and anti-war purposes. UAH 35 billion of funds were received by the subjects of agrarian entrepreneurship to support their activities. It has been established that in 2023, it is necessary to retain the preferential financing of entrepreneurship in agriculture under the "5-7-9% Available Loans" program, but not as "trust loans" but as "survival loans"; expand the limits to UAH 130-140 million; reduce interest rates to 5% [2, p. 68-70].

The parameters of the crisis state of the economy place new requirements on the formation of an effective system of survival of business entities and the adaptation of their economic mechanism to extreme conditions. Entrepreneurs in agriculture managed to adapt to the crisis faster. Obstacles to the development of entrepreneurship structures in agriculture remain: orientation of programs to support large producers; low level of informational and advisory support; the riskiness of opening one's own business; low liquidity of production.

Thus, in the process of research, it is justified that the organizational and economic foundations of the development of agrarian entrepreneurial formations are related to the risks of the influence of the military factor, which changes the characteristics of the institutional environment of business, which is regulated by the rules of economic interaction on the market established by the state. These rules determine the principles of gaining competitiveness, strategic priorities of entrepreneurship development, and influence the behavior of entrepreneurs, however, the principles and purpose of entrepreneurial activity as a socio-economic phenomenon remain constant - "making a profit". The primary guarantor of population employment is small entrepreneurship and family farming business. The trends of changes in organizational and economic factors affecting the development of entrepreneurial formations were revealed, in particular: a decrease in the production volumes of certain types of products; increase in the cost of material and technical resources; increase in transport and logistics costs by 2-3 times; restrictions on import operations; shortage of mechanical personnel; price changes for certain types of agricultural products, etc. It was established that the need to expand the export of agricultural products with a high content of added value is quite problematic.

References

1. Kravchenko S. Single digital market and development of business entities in agriculture of Ukraine in wartime conditions. *Sustainable development of the EU – best practices for Ukraine* : збірник праць. Lviv: Lviv Polytechnic National University, 2024. С. 18-20. URL : <https://lpnu.ua/news/opryliudneno-prohramu-internet-konferentsii-stalyi-rozvytok-yes-krashchi-praktyky-dlia-ukrainy>.
2. Kravchenko S. Activities of business entities of the agrarian sector of the economy in wartime conditions. *Теорія і практика розвитку агропромислового комплексу та сільських територій*: збірник праць. Львів: ЛНУП, 2023. С. 68-70. URL : <http://www.repository.lnau.edu.ua/ispu/>.

УДК: 338.245.4

ВПЛИВ ВІЙНИ НА ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ УКРАЇНИ

*Наталія Кузнецова**nataliya.kuznetsova14@gmail.com**доктор економічних наук, доцент**Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна*

Воєнні дії та збройні конфлікти завжди завдають непоправної шкоди економікам воюючих сторін, зумовлюючи економічну та гуманітарну кризи. Для України війна, розпочата збройною агресією росії та повномасштабним вторгненням на українську територію, особливо є руйнівною і в довгостроковій перспективі матиме численні негативні впливи та прояви не тільки в аспекті руйнування економіки, а й втрати її головного економічного ресурсу – людського капіталу. Війна знищує запаси фізичного капіталу, зокрема, його основної складової – економічно активного населення працездатного віку через загибель військових та цивільних громадян внаслідок активних воєнних атак ворога, високу смертність серед населення та вимушену міграцію, спровокованих війною. З іншого боку, наслідки війни матимуть негативний прояв у зниженні якості людського капіталу через освітню і медичну складові, як базові основи формування здорового інтелектуального потенціалу країни, внаслідок фізичного знищення соціальної інфраструктури (медичних закладів, садочків, шкіл, університетів, наукових установ, бібліотек), обмежуючи доступ населення до отримання освітніх і медичних послуг і в значній мірі унеможливаючи їх надання через руйнування об'єктів критичної інфраструктури. Гуманітарна криза для України, спровокована війною, ще більше поглибитися внаслідок погіршення психологічного стану населення, особливо дітей, життя яких триває в умовах постійного стресу, емоційного напруження та тривоги.

Війна, яка триває більше двох років, уже має негативні наслідки для України і проявляється у відчутному зниженні результатів навчання учнів, втраті навичок і зниженні працездатності населення працездатного віку, втраті кваліфікації робітників та зростанні рівня безробіття. Так, результати міжнародного дослідження якості освіти PISA 2022 показали, що в українських 15-річних підлітків у порівнянні з 2018 роком (за чотири роки) значно погіршилися навички читання, знання з природничо-наукових дисциплін і математики (табл. 1).

Таблиця 1

Результати України у міжнародному дослідженні якості освіти PISA-2022

	Читання	Природничо-наукові дисципліни	Математика
На скільки років українські школярі відстають від однолітків з країн ОЕСР за результатами оцінювання у 2022 році	2,4	1,8	1,6
На скільки років українські школярі відстають від однолітків з країн ОЕСР за результатами попереднього оцінювання у 2018 році	1,3	0,8	0,7

Джерело: [1].

У 2022 році базового рівня математичної грамотності досягли 58% українських школярів, у читанні – 59%, з природничо-наукових дисциплін – 66% [1]. Крім того, рейтингові бали України у 2022 році є нижчими, у порівнянні з середніми показниками по країнах ОЕСР, де відставання складає від півтора до двох з половиною років навчання. Фахівці вважають, що через воєнні дії, які завадили повноцінно школярам усіх

областей взяти участь в даному дослідженні, результати PISA-2022 не є репрезентативними для всієї України, а лише для Києва та 17 областей. Проте динаміка зниження рівня грамотності молодих громадян України є помітною і уже сьогодні викликає занепокоєння, оскільки знайде свій прояв у низькому якісному рівні кадрового забезпечення відновлення економіки країни у повоєнний період.

Збройний конфлікт також є руйнівним для людського капіталу України внаслідок втрати кваліфікації працівниками під час війни. Прямих емпіричних доказів безпосереднього впливу війни на втрату кваліфікаційних навичок немає, проте в науковій літературі є доказовими дослідження втрати кваліфікації працівників протягом тривалого в часі безробіття. Так, дослідження Edin and Gustavsson (2008) [2] демонструє негативну пропорційну залежність тривалості безробіття і показників грамотності дорослих шведських робітників. Якщо офіційний рівень безробіття в Україні напередодні війни становив майже 10%, то в кінці 2022 року уже 15,5%. За даними Європейської бізнес асоціації (ЕБА), яка об'єднує переважно великі та середні компанії і підприємства з іноземними інвестиціями, на початок травня 2023 року повноцінно працювали 68% компаній. Суттєвий вплив на роботу бізнесу та зайнятість працівників чоловічої статі з початку війни мала мобілізація. За даними джерела [3], мобілізація торкнулась 83% компаній в Україні; у половині компаній мобілізували кожного десятого працівника; майже 40% мобілізованих були висококваліфікованими працівниками.

Крім фактору безробіття, втрату навичок можна пов'язати ще з фізичною втратою молодого освіченого людського ресурсу через загибель на війні та еміграцією молодого населення України через воєнний конфлікт (здебільшого молодих жінок з дітьми), які у переважній більшості є високоосвіченими, з досвідом роботи і значна частка яких на середньому та високому рівні володіють іноземними мовами [4]. Так, за оцінками [5], втрати людського капіталу в Україні, до 2035 року досягнуть свого піку на рівні приблизно 3,6% (0,9% через втрату навчання та 2,7% через втрату кваліфікації працівників). Такий ефект триватиме приблизно 35 років і зменшуватиметься до тих пір, поки остання когорта постраждалих не вийде з робочої сили у віці 65 років у 2085 році. Фактор втрати людського капіталу через війну матиме довгостроковий ефект негативного впливу на показник продуктивності праці, що в синергії матиме прояв у погіршенні макроекономічної стабільності країни. За результатами дослідження [5] загальна продуктивність факторів виробництва, спричинена зменшенням людського капіталу, до 2035 року знизиться приблизно на 7%, а негативні наслідки цього зникатимуть повільно протягом наступних десятиліть.

Отже, для країни уже стають очевидними суспільні виклики щодо відновлення та розвитку людського капіталу, від якості якого залежатимуть спроможність, можливість та швидкість відновлення української економіки у повоєнний період. Успішність соціальних та економічних реформ, вчасність та ефективність прийняття важливих для країни рішень, раціональність та оптимізація використання її ресурсного потенціалу, високий рівень організаційного менеджменту в значній мірі залежатимуть від стану життєзабезпечувального та професійного середовища українців. Тому в пріоритеті держави, починаючи відтепер і надалі, має бути розвиток двох соціальних сфер, відповідальних за розвиток і відтворення людського капіталу – системи освіти та охорони здоров'я. Формування та достатнє ресурсне забезпечення реалізації стратегії навчання впродовж життя у різних його формах (формальній, неформальній, інформальній), сучасної та якісної освіти дорослого населення, високотехнологічний розвиток медичної галузі сприятимуть поступовому відновленню людського капіталу України, зростанню його якісного рівня, що дозволить Україні у коротші терміни подолати ключові виклики, спровоковані війною та розвивати власну економіку на інноваційних засадах.

Список використаних джерел

1. Національний звіт за результатами міжнародного дослідження якості освіти PISA-2022 / кол. авт. : Г. Бичко (осн. автор), Т. Вакуленко, Т. Лісова, М. Мазорчук, В. Терещенко, С. Раков, В. Горох та ін. ; за ред. В. Терещенка та І. Клименко ; Український центр оцінювання якості освіти. Київ, 2023. 395 с. URL: https://pisa.testportal.gov.ua/wp-content/uploads/2023/12/PISA-2022_Naczionalnyj-zvit_povnyj.pdf.
2. Edin, Per-Anders and Gustavsson, Magnus. (2008). Time Out of Work and Skill Depreciation. Industrial and Labor Relations Review. 61. 163-180. <https://doi.org/10.1177/001979390806100202>.
3. Пошук роботи: як змінився ринок праці в Україні під час війни та що буде після. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/1872/posuk-roboti-yak-zminivsya-rinok-praci-v-ukraini-pid-cas-viini-ta-shho-bude-pislya>.
4. Кузнецова Н. Вплив російської воєнної агресії на демографічну ситуацію в Україні. Тенденції та перспективи розвитку економіки України в умовах сучасних викликів. Матеріали XV Всеукраїнської науково-практичної конференції. 19-20 квітня 2023 р. м. Черкаси. Черкаси: ЧДБК, 2023. С. 54-58. URL: <http://csbc.edu.ua/documents/student/190423.pdf>.
5. Égert, B, and C de la Maisonneuve (2023). The impact of the war in human capital and productivity in Ukraine. CESifo Working Paper No.10513. URL: <https://cepr.org/voxeu/columns/impact-war-human-capital-and-productivity-ukraine>.

УДК 364.442.2

ПРОБЛЕМИ АДАПТАЦІЇ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ, ЗУМОВЛЕНІ ВОЄННИМИ ДІЯМИ В УКРАЇНІ

Євгенія Ляшук

zheniax35@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: д-р екон. наук Кузнецова Наталія

Життя сучасних людей сьогодні сповнене безлічі небезпек, зумовлених як зовнішніми (глобальними), так і внутрішніми (суспільними, регіональними, місцевими) чинниками, що несуть загрози їх життю і здоров'ю. Вплив зовнішніх загроз, серед яких найбільш поширеними є техногенні катастрофи, стихійні лиха, епідемії, насильницькі конфлікти, війни мають прояв у руйнуванні цілих економік країн, що у свою чергу знижує рівень людського життя, спонукаючи людей до нових міграцій в пошуку більш безпечних місць для проживання і праці [1].

Особливу небезпеку для життя людей несуть війни, знищуючи у населених пунктах критично важливі для забезпечення життєдіяльності людей об'єкти інфраструктури, обмежуючи можливості для навчання і праці, зумовлюючи гуманітарні кризи, екологічні катастрофи, появу нових хвороб, погіршення ментального здоров'я людей, які живуть в умовах постійного психологічного стресу. Рятуючись від війни, люди приймають для себе радикальні рішення з переїзду в інші регіони чи навіть країни.

В усьому світі проблема внутрішньо переміщених осіб (ВПО) та біженців стоїть дуже гостро і потребує консолідації зусиль світової спільноти для її вирішення. Близько 40 мільйонів людей у світі є внутрішньо переміщеними особами. Україна посідає четверте місце у світі за статистикою з показників ВПО та мігрантів. У нашій країні ця проблема є наслідком збройного конфлікту, спровокованого агресією росії, який є джерелом нових соціальних проблем, що впливають на життя окремих осіб і соціальних груп, а також на розвиток країни в цілому. Для тих осіб, хто безпосередньо постраждав від бойових дій,

важливим є питання швидкої адаптації до нового соціального середовища, пошуку роботи, житла і нових контактів. Тому ті, хто переїхав з постійного місця проживання та опинився в незнайомому середовищі, в першу чергу, потребують всебічної допомоги та соціально-психологічної підтримки з боку суспільства, держави та приймаючої громади [3].

Проблеми соціально-психологічної адаптації виникають у місцях компактного розселення, таких як санаторії, бази відпочинку та школи (поселення з населенням менш як 50 осіб). Оскільки ці місця досить віддалені від міської інфраструктури, ВПО не мають доступу до адекватної інформації та не можуть активно включатися в систему соціальних відносин, розширювати свої зв'язки, працевлаштовуватися. У закритому середовищі швидко поширюються такі негативні явища, як алкоголізм, кримінальна поведінка, пасивність, безпорадність, безнадія та споживацька поведінка (постійна допомога від державних і міжнародних організацій та очікування звичної гуманітарної допомоги), що призводить до того, що ВПО стають жертвами і відмовляються від позитивних дій. Схильність перекладати відповідальність за себе та своє життя на державу, відсутність ініціативи, підприємливості та готовності активно боротися за покращення якості свого життя – це те, що робить їх пасивними та непродуктивними для суспільства. У багатьох з них спостерігається агресивна поведінка, вороже ставлення до оточуючих, пошук винних, розчарування та образа. У такій ситуації необхідно запобігати соціальному відчуженню молодих людей, поміщати їх у більш адаптивні групи для навчання новим моделям поведінки та формування позитивного ставлення до життя, а також допомагати їм зрозуміти необхідність докладати власних зусиль для створення безпечного середовища.

Існує нагальна потреба у розробці комплексних програм соціально-психологічної адаптації внутрішньо переміщених осіб для подолання різноманітних суперечностей, зокрема втрати соціальних зв'язків, розриву родинних зв'язків, ідеологічних конфліктів, подолання посттравматичного стресового розладу (ПТСР), апатії та розчарування, які є одними з найактуальніших проблем сучасної молоді. Реалізація особистісних ресурсів ВПО, розвиток соціальної мобільності, розв'язання освітніх проблем, відновлення професійної діяльності (професійне навчання), юридичні питання, пов'язані з відновленням документів, існування єдиної системи інформування ВПО про можливості, ресурси та шляхи розв'язання житлових проблем тощо – це те, що вкрай важливо для їх кращої соціальної адаптації та підвищення рівня трудової мотивації. Несприятливі ж умови життя цієї категорії людей призводять до появи численних дезадаптованих груп, серед яких соціальні сироти, безхатченки та особи з історією саморуйнівної поведінки. На тлі соціально-політичної та економічної кризи в Україні зростає потреба у розв'язання питань, пов'язаних із соціальною дезадаптацією молоді [2].

Аналіз соціальної адаптації як основного методу соціальної роботи з ВПО підтверджує той факт, що адаптація ВПО - це процес транснаціональної взаємної адаптації, суб'єктами якого є не лише ВПО, а й члени приймаючого суспільства та відповідні соціальні інститути [3]. В даному аспекті, міжнародний досвід демонструє, що в роботі з ВПО практикуються як короткострокові (кризове втручання, зустріч-діяльність, цільові моделі соціальної роботи), так і довгострокові стратегії втручання, що базуються на системно-екологічній моделі соціальної роботи та розвитку.

Розглядаючи сферу організації соціальної підтримки та захисту ВПО, розробка ефективних механізмів соціальної підтримки, адаптації та інтеграції ВПО є однією з найважливіших актуальних проблем сьогодення в Україні. Розв'язання цієї проблеми потребує ґрунтовного науково-методичного забезпечення і, насамперед, визначеності теоретико-методологічних підходів. Важливо, щоб люди були готові приймати відповідальні рішення в ситуаціях, які вони обирають, передбачати можливі наслідки та максимально ефективно використовувати свій фізичний і психічний потенціал для самореалізації. Тому сьогодні для України, як ніколи важливо вивчати психофізіологічні особливості ВПО та допомагати їм у побудові власного життєвого шляху.

Ситуація, в якій опинилися переселенці – це ситуація нових дефіцитів і кризових ситуацій, де проблеми самопроєктування і передбачення майбутнього стоять надзвичайно гостро. Успішна адаптація до нових ситуацій значною мірою залежить від здатності діяти в складних обставинах, проєктувати своє життя, змінювати себе та самокоректуватися [2].

Криза ідентичності, яку переживають ВПО полягає у низці соціальних та особистісних виборів, ідентифікації та самовизначенні. Вона характеризується [2]:

- 1) психологічною закритістю, уникненням близьких взаємостосунків та ізоляцією;
- 2) невизначеністю відчуття часу, нездатністю будувати життєві плани, страхом і жахом перед життєвими змінами;
- 3) невизначеністю продуктивного і творчого потенціалу, нездатністю зосередитися на своїх внутрішніх ресурсах, невміння їх мобілізувати та зосередитися на ключових видах діяльності;
- 4) формування «негативної ідентичності», відмова від самовизначення та вибір негативної рольової моделі.

Формування ідентичності як феномену самовизначення пов'язане із задоволенням потреби особистості в самоідентифікації. Задоволення цієї базової потреби є показником здорового існування людини. Це пов'язано з тим, що ця потреба гарантує контроль над особистим і соціальним життєвим простором, підтримує переживання особистістю неперервності процесу розвитку, слугує основою для індивідуального самовизначення і є критерієм успішної соціальної адаптації. Крім того, ВПО зустрічаються з проблемою цілепокладання в новій ситуації, що ґрунтується на реалістичній оцінці ситуації в конкретній місцевості та адекватній оцінці власних ресурсів для успішного навчання та працевлаштування.

Травматичний стрес, який переживають ВПО, вважається нормальною реакцією на незвичну ситуацію (подію, що виходить за межі звичайного життєвого досвіду людини). Посттравматичний стресовий розлад (ПТСР) виникає як відстрочена або пролонгована реакція на стресову подію або надзвичайно загрозливу чи катастрофічну ситуацію (короткострокову або довгострокову). За даними ВООЗ, приблизно 80% людей, які побували в екстремальних ситуаціях, добре справляються з травматичним стресом, при цьому прояв травматичного стресу переходить у посттравматичний стресовий розлад як розлад з фізіологічними та психологічними симптомами лише у 20% [4].

Особливо вразливими до стресових станів є діти ВПО, для яких є характерними такі психологічні синдроми: психологічна інкапсуляція (дитина повністю відгороджується від світу); сімейна та групова ізоляція (дитина ізольована в сім'ї та групі однолітків); соціальна дезорієнтація (дитина намагається брати участь у житті суспільства, але не може цього зробити через неадекватне розуміння соціальних норм). Враховуючи, що дана категорія українського населення формує майбутній трудовий та інтелектуальний потенціал країни, дана проблема теж потребує системних заходів і негайного вирішення.

Таким чином, проблеми ВПО сьогодні в Україні потребують виважених та системних рішень, узгоджених послідовних заходів та фінансових ресурсів. Вирішувати ці проблеми повинні держава разом з громадами міст і селищ для того, щоб ця частка людського ресурсу не була втрачена для країни, а навпаки – активно долучалася до вирішення соціальних та економічних проблем країни, зумовлених війною.

Список використаних джерел

1. Кузнецова Н. Б. Безпекова складова функціонування людського капіталу. *Економіка та суспільство* [Електронне видання]. 2022. №37. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-37-22.
2. Грись А. М. Сучасні проблеми соціально-психологічної адаптації внутрішньо переміщених осіб в Україні / НПУ імені М. П. Драгоманова, Київ. 2017. Випуск (114). С. 73-77.

3. Дікова, Я. Є. Особливості соціальної адаптації внутрішньо переміщених осіб в сучасному українському суспільстві : дипломна робота магістра / Я. Є. Дікова. Одеса, 2020. 89 с.

4. Проблеми адаптації тимчасово переміщених дітей у приймальних громадах. URL: <http://ilt.multycourse.com.ua/ua/page/15/50> (дата звернення 03.04)

УДК 338.5

ЕКОНОМІЧНІ ВИКЛИКИ ТА СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ЕНЕРГЕТИЧНОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Роман Марченко

roman.marchenko1@nure.ua

Харківський національний університет радіоелектроніки, м. Харків

Тимофій Герасімов

sergey.gerasimov.timka@gmail.com

НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського», м. Київ, Україна

Науковий керівник: доктор філософії з прикладної фізики Ольховик Ілля

У 2022 році, світова економіка почала виходити з кризового становища від COVID-19. А економіка України додатково- зіткнулась із новим викликом, а саме повномасштабне вторгнення росії. Що також значно вплинуло і на всю світову економіку.

Для війни актуальними є підвищення рівня безробіття, скорочення економічної ефективності, нестабільного валютного курсу та потенційної ескалації рівня інфляції.

Отже, наразі важливим є аналіз економічних процесів підприємств у період воєнного стану, розробка системи заходів для зменшення або протидії наслідкам війни, а також чітке розуміння того, що відбувається в економіці сьогодні і які сценарії розвитку економічних процесів є найбільш ймовірними [1, с. 20].

Вторгнення росії в Україну показало, що Західна Європа дуже сильно залежить від російського газу. Європа вступила в зиму із незаповненими газовими сховищами. Дефіцит означав, що ціни зросли до неймовірного рівня. Голландський TTF, еталонний центр цін на газ у Європі, виріс із менш ніж 5 євро за мегават-годину (МВт/г) у середині 2020 року до майже 20 євро за МВт/г на початку 2021 року, у березні 2022 року ціни були на рівні 227,20 євро за МВт/г. Менш як за два роки європейські спотові ціни на газ зросли більш як на 4500% [2, с. 245 - 246]. Що створює значні ризики для споживачів природного газу.

Для України наслідками такої агресивної поведінки росії стали поглиблення енергетичної кризи, економічна рецесія, можливість економічного дефолту та загальна невизначеність щодо можливих сценаріїв розвитку. За таких умов саме енергетичний сектор України (як одна з головних цілей військової агресії росії) можна віднести до нових факторів впливу на процеси сталого енергетичного розвитку ЄС [3, с. 78].

Розглянемо діяльність підприємства, що постачає енергоресурси. На ринку природного газу, в умовах війни, маржа зменшується, існують борги за оплату поставленого газу від споживачів, при сталих витратах, таких як заробітна платня, оренда офісу, оплата комунальних послуг, тощо. Тому пошук шляхів, які можуть зменшити втрати підприємства, що постачає енергоресурси є важливим не тільки для цього підприємства, а і для економіки України загалом, бо при зникненні більшої частини постачальників енергоресурсів є велика ймовірність того, що виникне монополія на постачання енергоресурсів, що негативно позначиться на економіці України в цілому.

Витрати підприємств, які властиві для компаній, діяльність яких складається з оптової купівлі природного газу і роздрібному продажу підприємствам, що є споживачами природного газу. Ці витрати складаються:

1. Закупівля природного газу: Закупівля здійснюється шляхом укладання двосторонніх договорів чи шляхом участі у публічних тендерах. Купівля природного газу є важливою складовою для успішної економічної діяльності підприємства. Загалом аналіз динаміки цін на природний газ і обрання оптимального моменту для закупівлі є надзвичайно важливим. Проте ринок природного газу перебуває у кризі і, рентабельність бізнесу складає 250 – 300 грн/тис.м³. І постає необхідність пошуку інших шляхів для зменшення операційних витрат.

2. Транспортування природного газу: Плата за транспортування природного газу є обов'язковою складовою витрат по тій причині, що вона забезпечує доставку товару (природного газу) до покупця (споживача).

3. Закачування, відбір, зберігання: Підземне сховище природного газу є важливою складовою у роботі енергетичної компанії. Враховуючи що замовники послуг транспортування несуть відповідальність за балансування своїх споживачів для збалансування вони балансують свій портфель за допомогою відборів/закачки. Тобто ці витрати також є обов'язковою складовою витрат.

4. Втрати на балансуванні. Небаланс - різниця між обсягами природного газу, поданими замовником послуг транспортування для транспортування на точці входу, та відібраними замовником послуг транспортування з газотранспортної системи на точці виходу [4, І.1].

Якщо у трейдера виникають небаланси (перевищення об'ємів газу або їх нестача) то «добалансуванням» вже займається саме оператор газотранспортної системи. Коли небаланс невеликий то для замовника послуг транспортування ніяких санкцій непередбачено, якщо ж він перевищує 5% в обидві сторони, то на цьому етапі оператор газотранспортної системи для підтримання балансу буде купляти або продавати газ замовника за невідповідними для другого коефіцієнтами.

Втрати на балансуванні зумовлені тим, що оператор газотранспортної системи (ОГТСУ) мотивує трейдерів краще балансуватися (добиватися того щоб система була збалансована і небалансів не було). Оператор надає трейдерам допустиме відхилення це $\pm 5\%$, і тоді не застосовує штрафних санкцій до трейдерів, а саме купляє або продає газ трейдерам по базовій ціні для фізичного збалансування газотранспортної системи.

Важливо також зауважити, що базова ціна газу змінюється кожен день – з цього випливає, що і ціни небалансів змінюються кожен день, а трейдери закупляють газ на місяць для рівномірної подачі споживачам, але споживачі ймовірніше за все споживають нерівномірно, тут в свою чергу і з'являються втрати на балансуванні.

Враховуючи, що в умовах кризи рентабельність складає 250 - 300 грн/тис.м³, а втрати на небалансах можуть сягати в середньому до 60 грн/тис.м³, тому пошук шляхів зменшення втрат саме на небалансах, які можуть складати від 20% до 24% є важливим для сталої роботи підприємства в умовах війни.

Список використаних джерел

1. Дяченко А., Карінцева О., Тарасенко С., Харченко М., Мазін Ю., Кисельова К. Формування інноваційного інструментарію економічної політики в умовах розвитку світової економічної кризи 2019-2020 рр. в Україні. *Mechanism of an economic regulation*, 2021. № 3 (93). С. 19-37.

2. Дубровський, В. В. (2022, July). Огляд енергетичних проблем в Україні та світі у зв'язку з російським вторгненням. In *The 4-th International scientific and practical conference «Modern research in world science»*. July 10-12, 2022. SPC—Sci-conf.com.ua, Lviv, Ukraine. 2022. 1161 p.

3. Щуров І. В. Нові глобальні виклики та проблеми енергетичної безпеки в Україні. *Економічний простір*, 2022. № 180. С. 76-81.

4. КОДЕКС газотранспортної системи. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1378-15#Text>

УДК 339

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Ярина Милянець

jarynamylanets@gmail.com

Самбірський фаховий коледж економіки та інформаційних технологій,

м. Самбір, Львівська обл., Україна

Науковий керівник: Тетяна Соломчак

Війна має значний негативний вплив на українську економіку, оскільки відбувається різке скорочення ділової активності. Багато підприємств в Україні закрилися або скоротили свою діяльність через бойові дії, окупацію, логістичні проблеми та нестачу кадрів. Війна призвела до блокування українських портів та руйнування транспортної інфраструктури, що значно ускладнило експорт українських товарів. Імпорт в Україну також значно скоротився, але все ще залишається на високому рівні, що веде до негативного сальдо торгового балансу. Війна призвела до значного зниження податкових надходжень до бюджету, що робить ускладненим фінансування державних видатків. Бюджетний дефіцит України значно збільшився через війну, що потребує значних запозичень.

Війна призвела до значного падіння ВВП України. За оцінками Національного банку України, у 2022 році ВВП України впав на 29,1%. Це значно гірше, ніж прогнозувалося на початку війни [2, с.11].

Російські війська завдали значної шкоди українській інфраструктурі, включаючи дороги, мости, залізниці, енергетичні об'єкти та підприємства. За оцінками Київської школи економіки, станом на 1 червня 2023 року загальна сума збитків інфраструктури України склала 147,7 млрд дол. США [4].

Війна призвела до значного зниження рівня життя в Україні. Багато людей втратили роботу, доходи та житло. За оцінками Світового банку, у 2022 році рівень бідності в Україні зріс до 25% [1].

Війна також призвела до зростання інфляції. За 2022 рік інфляція в Україні склала 26,6% (рис.1). Це найвищий показник з 2014 року [2, с.26].

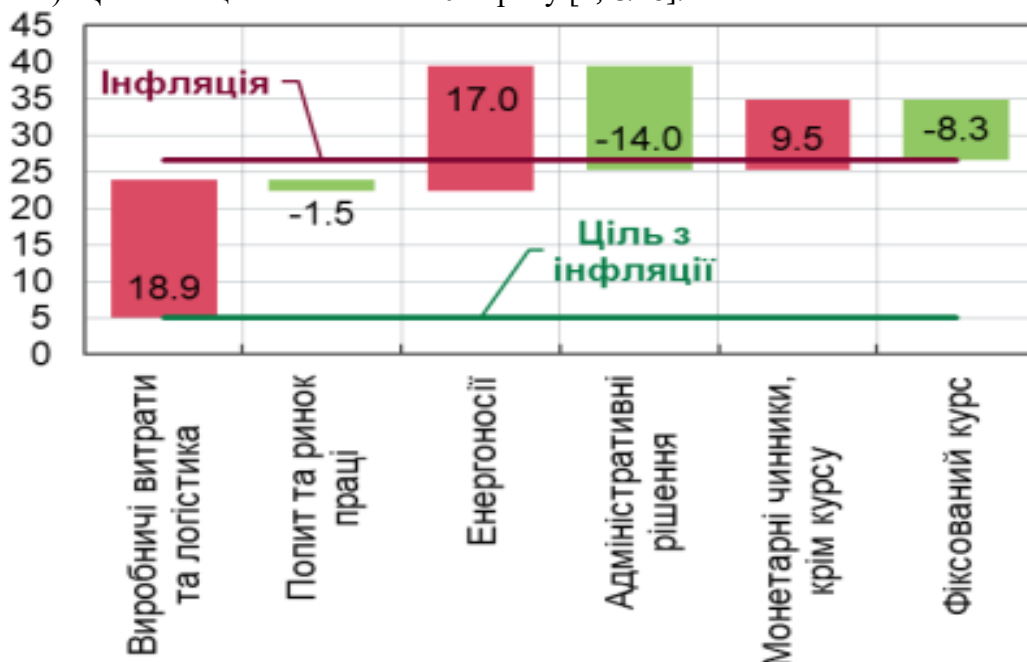


Рис.1. Декомпозиція відхилення інфляції від цілі в грудні 2022 [2].

Війна в Україні має значний негативний вплив на ринок праці, що призводить до зниження рівня зайнятості та зростання безробіття. Багато підприємств, особливо в постраждалих районах, були змушені закритися або були зруйновані, що призвело до масових звільнень. Війна також спричинила падіння економіки, що негативно вплинуло на попит на робочу силу. Мільйони людей були змушені покинути свої домівки, що ускладнює їм пошук роботи. За даними НБУ, рівень безробіття в Україні на теперішній час сягає близько 35%. У 2022 році кількість зареєстрованих безробітних зросла на 30% порівняно з 2021 роком. За оцінками Світового банку, війна може призвести до втрати 4,8 мільйона робочих місць в Україні. Також важливо зазначити, що війна має не лише економічні, а й соціальні та психологічні наслідки, які також впливають на ринок праці [7].

Війна також негативно вплинула на фінансову систему України. Національний банк України був змушений вжити низки заходів для стабілізації фінансової системи, включаючи фіксований курс гривні до долара США, обмеження на вивезення капіталу, підвищення облікової ставки. Війна значно вплинула на ринок праці України. Багато людей втратили роботу, а мільйони українців стали внутрішньо переміщеними особами. Війна призвела до значного скорочення зовнішньої торгівлі України. Експорт впав на 30%, а імпорт – на 20% [3].

Уряд України вживає низку заходів для підтримки економіки та стимулювання її відновлення. Ці заходи включають:

- фінансову допомогу підприємствам;
- державні гарантії за кредитами;
- податкові пільги;
- інвестиції в інфраструктуру.

На мою думку, основними цілями плану повоєнного відновлення України є відновлення економіки України до довоєнного рівня, створення стійкої та інклюзивної економіки, покращення рівня життя українців. Завданнями, за допомогою яких можна досягнути даних цілей є: відновлення інфраструктури (в першу чергу дороги, мости, залізниці, енергетичні об'єкти, житлові будинки, соціальні об'єкти), стимулювання ділової активності (фінансова допомога підприємствам, державні гарантії за кредитами, податкові пільги, створення сприятливого інвестиційного клімату), створення нових робочих місць (підтримка малого та середнього бізнесу, розвиток інновацій, професійна перепідготовка та підвищення кваліфікації робочої сили), зниження рівня бідності, боротьба з корупцією.

Очікувані результати повоєнного відновлення України:

- відновлення економіки до довоєнного рівня: це потребуватиме значних зусиль уряду, бізнесу та міжнародної спільноти;
- створення стійкої та інклюзивної економіки: це означає, що економіка України повинна бути здатною витримувати зовнішні шоки та забезпечувати рівні можливості для всіх;
- зростання ВВП: це необхідно для підвищення рівня життя українців. Падіння ВВП в Україні в умовах воєнного стану є серйозною проблемою, але при правильному підході до її вирішення українська економіка може відновитися і стати ще сильнішою, ніж до війни;
- створення нових робочих місць: це допоможе знизити рівень безробіття та зробити економіку більш динамічною;
- зниження рівня бідності: це одна з найважливіших задач повоєнного відновлення;
- покращення рівня життя українців: це остаточна мета всіх зусиль з повоєнного відновлення.

Міжнародна допомога відіграватиме важливу роль у повоєнному відновленні України. Важливо, щоб українська економіка отримала значну міжнародну допомогу для відновлення після війни. Ця допомога може бути надана у вигляді грантів, кредитів,

інвестицій та гуманітарної допомоги. Міжнародна спільнота може допомогти Україні такими способами: надати фінансову допомогу, інвестувати в українську економіку, поділитися своїм досвідом та знаннями.

Економічні перспективи України залишаються залежними від тривалості вторгнення Росії. Якщо бойові дії триватимуть до середини 2024 року, очікується, що ВВП зросте на 3,5% у 2023 році та на 4% у 2024 році. Базові прогнози свідчать про те, що відновлення прискориться з кінця 2024 року завдяки державним інвестиціям, оскільки відновлення та експортна діяльність поживляться. Враховуючи продовження обмежувальної монетарної політики, зростання споживчих витрат, ймовірно, залишатиметься помірним. Очікується, що до 2025 року інфляція поступово знизиться до 7%.

Тривалість війни є значним викликом для економіки України. Конфлікт, що триває вже понад 2 роки, призвів до значних економічних втрат для країни.

Відновлення інфраструктури є ще одним критично важливим питанням для України. Війна завдала значної шкоди інфраструктурі країни, включаючи руйнування критично важливої енергетичної інфраструктури, доріг, мостів і будівель. Відновлення цієї шкоди потребуватиме значних ресурсів і часу, що стане серйозним викликом для української економіки [5].

Реформи мають важливе значення для забезпечення економічної стабільності та зростання в Україні. Уряду необхідно буде здійснити структурні реформи для вирішення економічних проблем, спричинених війною. Ці реформи можуть включати поліпшення бізнес-середовища, підвищення ефективності державного сектору та зміцнення верховенства права [6].

Геополітичні ризики також є значним викликом для економіки України. Стратегічне розташування країни в посіданні з триваючим конфліктом робить її вразливою до геополітичної напруженості. Для забезпечення економічної стабільності та зростання Україні потрібно буде ретельно управляти цими ризиками. Це може включати зміцнення альянсів з іншими країнами та міжнародними організаціями, а також диверсифікацію торговельно-економічних відносин.

Отже, війна в Україні завдала значної шкоди економіці країни. ВВП різко впав, рівень бідності зріс, а інфляція значно зросла. Відновлення економіки України після війни буде складним завданням, яке потребуватиме значних зусиль з боку уряду, бізнесу та міжнародної спільноти.

Важливо зазначити, що війна все ще триває, і її остаточний вплив на українську економіку важко передбачити. Проте, незважаючи на всі виклики, Україна має потенціал для успішного повоєнного відновлення. Завдяки стійкості українського народу, підтримці міжнародної спільноти та правильному курсу економічної політики Україна може стати ще сильнішою та багатшою країною, ніж до війни.

Список використаних джерел

1. Світовий банк в Україні – Короткий огляд. URL: <https://www.worldbank.org/uk/country/ukraine/overview#3>
2. Економіка України в умовах війни. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Poharska_pr_01-02.06.2023.pdf?v=4
3. Просто про економіку (на основі матеріалів Інфляційного звіту за січень 2024 року). URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/prosto-pro-ekonomiku-na-osnovi-materialiv-inflyatsiynogo-zvitu-za-sichen-2024-roku>
4. KSE Institute: Special issue of the Ukrainian Recovery Digest (June 2023). URL: <https://kse.ua/about-the-school/news/kse-institute-highlights-ukraine-s-recovery-vision-and-kakhovka-dam-explosion-damages-in-the-ukrainian-recovery-digest-special-edition/>

5. Пріоритети розвитку реального сектора в умовах війни та повоєнного відновлення економіки України. URL: <https://niss.gov.ua/publikatsiyi/analychni-dopovidi/priorytety-rozvytku-realnoho-sektora-v-umovakh-viyny-ta>

6. Як буде відбудовуватись Україна? Від знання про ризики – до сталого відновлення. URL: <https://r2p.org.ua/page/vid-znannya-pro-ryzyky-do-stalogo-vidnovlennya>

7. Вплив війни на економіку України. URL: <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/9882/Chubka.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

УДК 339.923

ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ НА МАКРОЕКОНОМІЧНІ ПОКАЗНИКИ УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ

Яна МIRONENKO

0958031108@ukr.net

*Відокремлений структурний підрозділ «Вугледарський фаховий коледж
Маріупольського державного університету», м. Київ, Україна*

Повномасштабне вторгнення Російської Федерації в Україну спричинило масштабну гуманітарну кризу та суттєво вплинуло на всі сфери життя українського суспільства, включаючи економіку. Війна призвела до руйнування інфраструктури, втрати людського капіталу, порушення ланцюгів постачання та значного скорочення економічної активності.

З початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну у лютому 2022 року українська економіка зазнала значних руйнівних втрат: зупинка роботи підприємств, скорочення експорту та імпорту, зростання видатків на оборону, зменшення доходів бюджету, тощо. Наслідки війни для економіки України будуть значними й надалі. Очевидно, що ситуація буде погіршуватись, оскільки Росія продовжує військові дії, спрямовані на захоплення територій, руйнування інфраструктури та знищення населення України.

Багато науковців постійно досліджують питання стійкості економіки та її макроекономічних показників. Даній тематиці присвячені наукові дослідження вчених І. Хмарська, К. Кучерява І. Клімова [1], Т. Мельник [2], Т. Бережна [3], Ю. Городніченко, І. Сологуб, [4], та інші. У зв'язку з великою кількістю наукових досліджень у цій сфері та постійними змінами в політичному та соціально-економічному житті країни, а також активними воєнними діями на території України, виникає необхідність у більш детальному аналізі цього напрямку.

Метою даного дослідження є проведення аналізу впливу воєнного стану на макроекономічні показники України та розробка прогнозів щодо їхнього подальшого розвитку. Ця робота має на меті виявлення ключових макроекономічних показників, які піддаються найбільшому впливу у період воєнного стану, а також визначення шляхів мінімізації негативних наслідків для економічної стабільності та розвитку країни.

Війна призвела до збільшення напруженості на фінансових ринках, стрімкого зростання цін на товари та великої невизначеності в економіці, що проявилось уповільненням економічного зростання та підвищенням інфляції у перший рік війни. За даними останнього звіту про фінансову стабільність, який періодично складається Національним Банком України, повномасштабна війна та пов'язані з нею загрози безпеки становлять ключовий ризик для економіки та фінансового сектору. У зв'язку з великими витратами на війну, економіка залишається дуже залежною від міжнародної фінансової підтримки. Останнім часом ризики нерегулярності цієї підтримки та зменшення її обсягів зросли, і зараз це є основною загрозою для макроекономічної стабільності [5].

Негативний вплив військових дій на економіку України має своє відображення в макроекономічних показниках.

За даними Міністерства економіки та Державної служби статистики у 2022 році відбулося стрімке падіння рівня ВВП порівняно з попереднім роком на 28,8%. Рівень інфляції склав 26,6%, що свідчить про значне підвищення цін на товари та послуги у країні. За підсумками 2022 року експорт товарів з України скоротився на 35% – до 44,1 млрд доларів. Імпорт товарів до України у 2022 році скоротився на 19,6% – до 58 млрд доларів. Рівень безробіття за 2022 рік оцінено в 25–26%, що відповідає загальній кількості безробітних у 3.2 млн осіб, про що ідеться у Інфляційному звіті НБУ [5]. З початком військової агресії облікова ставка залишалася незмінною. Однак в червні 2022 року облікову ставку було підвищено з 10 до 25%. Це підвищення відбулося через прагнення НБУ стримати інфляцію, захистити гривню та стабілізувати економіку. Проте таке рішення мало й негативні наслідки для економіки: відбулося уповільнення економічного зростання, подорожчання кредитів та зниження споживчого попиту.

Протягом лютого і березня 2022 року бойові дії тривали на території областей, які формували близько половини ВВП України. Це призвело до тимчасового припинення виробництва у цих регіонах та різкого зниження споживання майже в усіх областях. Починаючи з квітня, економіка почала повільно відновлюватися після шоку перших тижнів війни. Проте, починаючи із жовтня 2022 р. реалізувався потужний ризик для економіки – значні перебої в електропостачанні через регулярні та масштабні обстріли енергетичної інфраструктури. Дефіцит електроенергії призвів до простоїв бізнесу, ускладнив логістику та продажі. Тож у IV кварталі 2022 року обсяги виробництва знову почали скорочуватися. Енергетичні проблеми виснажують ресурси підприємств, знижують їхню платоспроможність та посилюють кредитні ризики. Деякі підприємства припинили свою роботу.

Падіння економіки у 2022 році було значним, попри відновлення у III кварталі. Рівень державного боргу та дефіциту бюджету відносно ВВП залишився на високому рівні. Масштабні обстріли енергетичної інфраструктури погіршили макроекономічні перспективи. Значні надходження міжнародної фінансової допомоги покращили платіжний баланс та дещо компенсували негативну зміну інших складових.

У 2023 році фінансовий сектор працював у загалом сприятливих макроекономічних умовах. Протягом усього 2023 року економіка відновлювалася завдяки високій адаптивності бізнесу та населення до умов війни, а також за рахунок м'якої фіскальної політики, яка підтримувалася значним міжнародним фінансуванням. Приріст ВВП значно перевищив очікування та становив, за різними оцінками, 5-5,5%, проте він все одно залишається меншим ніж у 2021 році. Інфляція стрімко сповільнилася. Її рівень становив 5,1%, що в 5 разів менше, порівняно з початком повномасштабного вторгнення. За даними Державної служби статистики, у 2023 році експорт товарів з України впав на 18%, до 36,19 млрд доларів, натомість імпорт зріс на 14,9% – до 63,56 млрд доларів [6]. За даними НБУ кількість зареєстрованих безробітних в Україні впала вдвічі за рік та становила на кінець 2023 року 97,3 тис. осіб. Облікова ставка із середини 2023 року знижувалася, тим не менш її поточний рівень на кінець року гарантує достатню привабливість гривневих інструментів заощаджень із урахуванням покращення інфляційних очікувань.

Повномасштабна війна та пов'язані із нею безпекові загрози є ключовим системним ризиком для економіки та фінансового сектору. Через значні воєнні витрати економіка залишатиметься дуже залежною від міжнародної фінансової допомоги. Останніми місяцями посилюються ризики неритмічності її надходження та зниження обсягів – нині це основна загроза для стабільності на макроекономічному рівні. Темпи міжнародної допомоги Україні значно знизилися в IV кварталі 2023 – I кварталі 2024 року, що може негативно позначитися на відновленні економіки в поточному році в умовах війни.

У 2023 році економіка відновила своє зростання, і очікується, що ця позитивна тенденція збережеться і надалі. У 2024 році прогнозується збереження макроекономічних

передумов для стабільної роботи фінансового сектору, таких як подальше економічне зростання, низька інфляція, контрольованість валютного ринку та збереження привабливості гривневих активів. За прогнозами НБУ у 2024 році реальний ВВП збільшиться на 3.6%, передусім завдяки високим бюджетним витратам на тлі очікуваних обсягів міжнародної допомоги. Однак темпи економічного зростання будуть нижчими, ніж у попередньому році, через очікуване зменшення врожаїв та посилення диспропорцій на ринку праці в умовах війни. Прогнозується, що інфляція наприкінці 2024 року становитиме 8.6% [5].

За прогнозами у 2025 році інфляція повернеться до цільового діапазону, сповільнившись до 5.8% на кінець року, а в 2026 році – до 5%. У 2025–2026 роках очікується прискорення зростання економіки до 4–6% на рік, завдяки зниженню безпекових ризиків, поліпшенню споживчих та інвестиційних настроїв, та упровадженню євроінтеграційних реформ. У післявоєнний час м'яка фіскальна політика й надалі буде підтримувати економіку, при цьому дефіцит бюджету суттєво скоротиться за рахунок зміцнення внутрішньої ресурсної бази [5].

Проте важливо розуміти, що перспективи розвитку економіки України у 2024 році значною мірою залежатимуть від ходу війни та від того, наскільки успішно Україна зможе провести реформи.

Чинники, які можуть сприяти економічному зростанню країни у майбутньому:

Відновлення інфраструктури – після закінчення війни Україна потребуватиме значних інвестицій у відновлення інфраструктури. Це може стимулювати економічне зростання.

Зростання експорту – Україна має значний потенціал для зростання експорту сільськогосподарської продукції, ІТ-послуг та інших товарів.

Проведення реформ, які покращать бізнес-клімат та інвестиційну привабливість України, може стимулювати економічне зростання.

Негативний вплив військових дій на економіку України виявився значним і мав своє відображення в різноманітних макроекономічних показниках. Результати віддзеркалюються у падінні ВВП, зростанні інфляції, зміні зовнішньої торгівлі, рівні безробіття, діяльності фінансового сектору та інших аспектах економіки.

Проте, згідно з прогнозами, в економіці України остерігатиметься зростання після певного спаду, й цей тренд очікується і в наступні роки. У 2024 році передбачається збереження макроекономічних передумов для стабільної роботи фінансового сектору, таких як економічне зростання, низька інфляція, контрольованість валютного ринку та привабливість гривневих активів.

Однак варто враховувати, що перспективи розвитку економіки значною мірою залежатимуть від ходу війни та успішності проведення реформ у країні. Таким чином, здатність України до ефективного управління економікою і реалізації потенційних переваг буде ключовим чинником, що визначатиме її майбутній економічний шлях.

Список використаних джерел

1. Хмарська І. А., Кучерява К. Я., Клімова І. О. Особливості післявоєнного відновлення економіки України. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 42. URL: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1621>. (дата звернення: 26.03.2024).
2. 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.
3. Бережна Т. Український бізнес має залишатися в Україні і працювати на перемогу // URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=e160e1c6-3e16-4fc2-a7ba64dd16809605&title=UkrainskiiBiznes>.
4. Городніченко Ю., Сологуб І., Беатріс Ведер ді Мауро. Відбудова України: принципи та політика URL: https://cepr.org/system/files/2022-12/reconstruction%20book_Ukrainian_0.pdf – (дата звернення: 26.03.2024).

5. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua>. – (дата звернення: 26.03.2024).

6. Державна служба статистики України URL: Режим доступу: <https://www.ukrstat.gov.ua>. – (дата звернення: 26.03.2024).

УДК 336.748.12

СПОЖИВЧА ІНФЛЯЦІЯ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Поліна Мірошниченко

polina.miroshnychenko3805@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: викладач Анжела Цибань

Інфляція є однією з актуальних проблем сучасності та вважається найбільш небезпечним ворогом суспільства. Це економічний явище має прямий вплив на зайнятість населення, рівень безробіття, матеріальне та духовне благополуччя людей. При цьому немає країни, яка б не зазнала втрат через цей економічний феномен.

Інфляція, що означає (лат. *inflatio* – роздухування, розбухання) – це процес знецінення грошей внаслідок перевищення кількості грошових знаків, які перебувають в обігу, суми цін товарів та послуг, що виявляється у їх зростанні [1, с. 153].

Головним показником, що відображає зміну цін на товари та послуги є індекс інфляції. Проаналізуємо динаміку індексу інфляції в Україні за 2020-2024 роки, що наведено на рис.1.

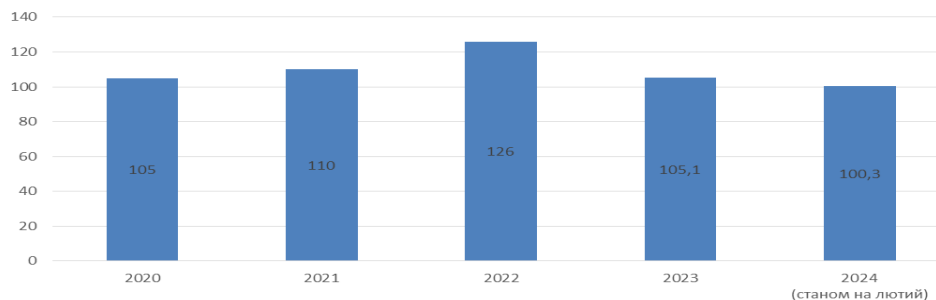


Рис. 1. Динаміка індексу інфляції за 2020-2024 роки, %

Джерело: сформовано автором за даними [2, 3, 5]

Проаналізувавши динаміку індексу інфляції за воєнний та довоєнний періоди, а саме 2020-поч. 2024 року, що зображено на рис. 1 можна відзначити, що її рівень у 2020-2022 роках поступово зростав і становив 5% у 2020 році, 10% у 2021 році, досягши найвищого значення за останні 5 років – 26% у 2022 році, що було очікуваним на фоні розгортання повномасштабної військової агресії росії. У 2023 році рівень інфляції почав знижуватись і становив 5,1%, а станом на лютий місяць 2024 року – 0,3%.

Основним чинником, що впливав на динаміку споживчих цін у 2021 році, згідно звіту Мінекономіки стало стрімке зростання світових цін на продукти харчування та енергоресурси на європейському ринку на фоні пандемії COVID-19. Серед основних інфляційних чинників 2022 року варто зазначити: руйнування підприємств та інфраструктури, порушення ланцюгів постачання, зростання витрат бюджету на оборону та соціальне забезпечення, ажіотажний попит на окремі групи товарів та послуг, міграція робочої сили. Вплив мали й непрямі наслідки війни, зокрема курсові ефекти, падіння обсягів експорту та погіршення очікувань населення та бізнесу. Крім того, на ціни в Україні тиснуло глобальне прискорення інфляції у 2022 році, коли більшість країн Європи оновили

багаторічні інфляційні максимуми, що зображено на рис.2.

Як бачимо з рис.2, в умовах триваючої другий рік на території України повномасштабної війни, Україні у 2023 році вдалось сповільнити інфляцію в річному вимірі до 5,1% з 26,6% на кінець 2022, випередивши найоптимістичніші прогнози й таким чином наблизитися до динаміки інфляції в деяких європейських країнах, чії економіки не зазнають жодних шоків війни. Для порівняння, в Україні підвищення цін за підсумками 2022 року становило 26,6%, в Угорщині – 25%, Естонії – 17,5%, Чехії – 16,8%, Польщі – 15,3%, а за підсумками 2023 року інфляція в Україні склала 5,1%, проти 7,6% в Чехії, 7% в Румунії, 6,6% в Словаччині, 6,2% в Польщі.

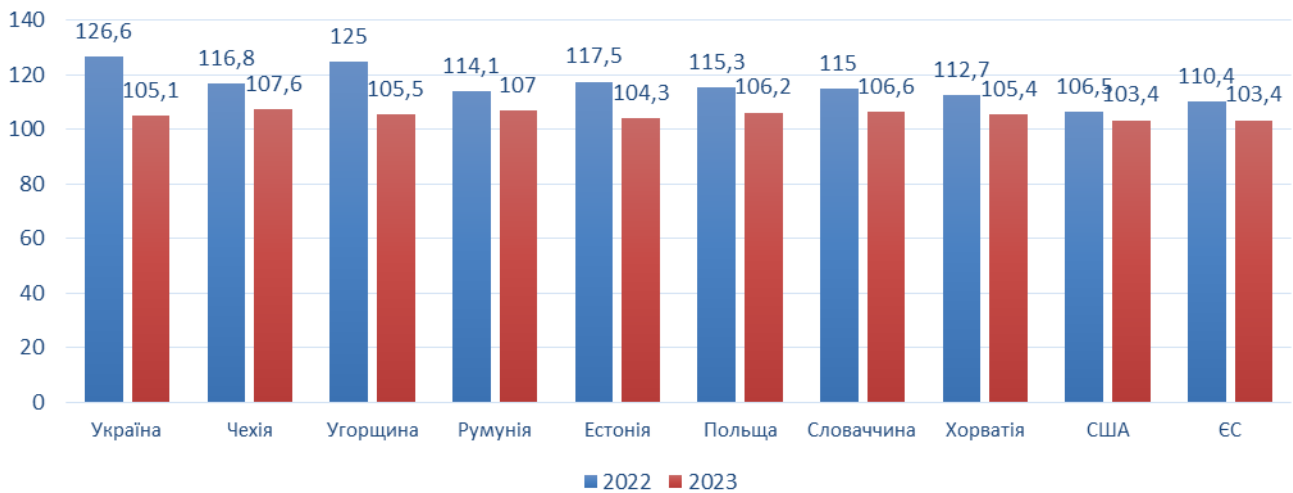


Рис. 2. Динамка індексу інфляції за 2022 – 2023 роки В Україні та інших країнах, %
Джерело: сформовано за даними [3]

Як наслідок інфляційних коливань, на тлі військової агресії росії в Україні спостерігалось відчутне зростання цін на всі види товарів та послуг. Розглянемо детальніше темпи приросту/зниження споживчих цін за основними розділами товарів та послуг за період 2022-2024 років, що наведено на рис. 3.

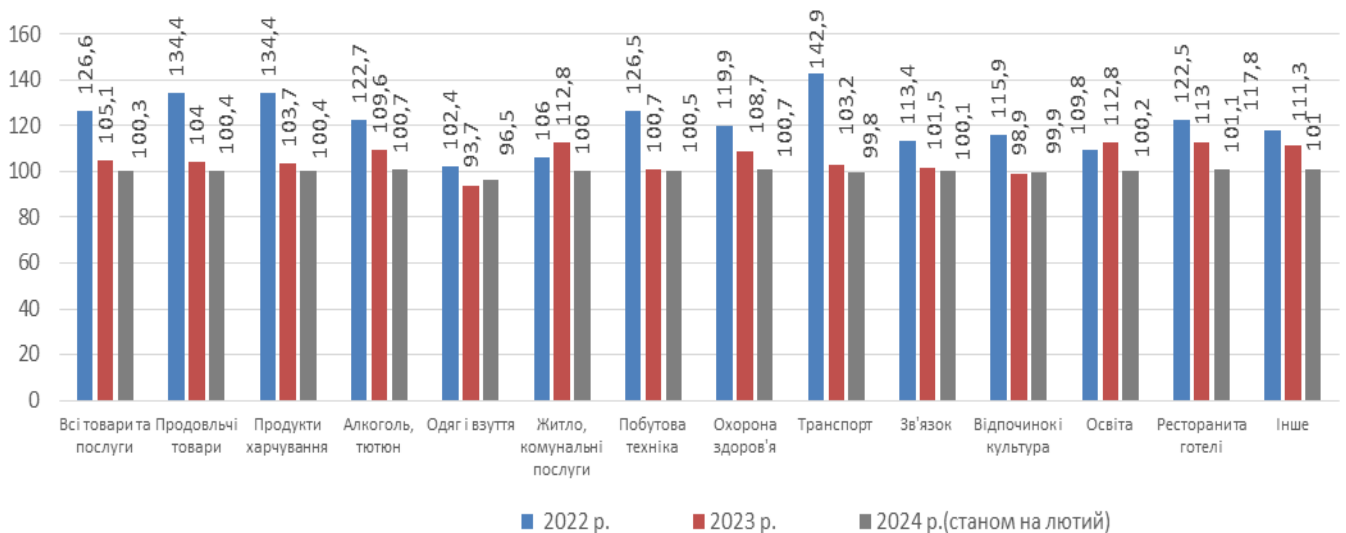


Рис. 3. Темпи приросту/зниження індексу споживчих цін за розділами товарів і послуг за 2022-поч.2024 роки, %

Джерело: сформовано автором за даними [2]

Вцілому за період з 2022 року по березень 2024 року, відбувались значні коливання індексу споживчих цін у розрізі категорій. У 2022 році найбільше виросли ціни в розділі

транспорт на 42,9%, в тому числі паливні матеріали на 69,4%; продовольчі товари та продукти харчування – 34,4%. Найшвидше дорожчали яйця на 76,6%, фрукти – 73,8%, овочі – 51,2%, риба – 45,8%, макаронні вироби – 27,9%, хліб і хлібопродукти – 30,3% у річному вимірі. Збільшилися темпи зростання цін на товари зі значною складовою імпорту в собівартості (кава, чай, соки, шоколад, спеції та сухофрукти) через звуження можливостей для їх постачання та втрату запасів на складах. Також, значно подорожчали послуги та товари пов'язані з ремонтом житла на тлі відновлення житлового будівництва після воєнних дій, загалом на 26,4%.

У 2023 році спостерігаємо тренд на сповільнення росту індексу споживчих цін за всіма категоріями товарів та послуг. Єдиним, виключенням стала електроенергія, що дорожчала за рік на 69,7%, що обумовлено дефіцитом електроенергії через атаки по енергетичній інфраструктурі України. В 2024 році інфляційний тиск продовжує знижуватись, як і очікував НБУ. Відтак станом на березень 2024 року дешевшають яйця, м'ясо, соняшникова олія, молоко, сири, цукор, алкогольні напої, домашній текстиль, аудіо та фототехніка.

Варто відмітити, що у 2022 році прослідковуються чіткі розбіжності значень індексу споживчих цін за регіонами України. Так, у 2022 році у прифронтових областях індекс інфляції був найвищим по Україні, зокрема в Херсонській області – 42,3%, Чернігівській – 28,4%, Сумській – 28,2%. В 2023 році дисбалансу індексу споживчих цін в розрізі регіонів не спостерігалось.

Отже, попри продовження російської агресії, 2023 року інфляційний тиск суттєво знизився та продовжує цю тенденцію на початку 2024 року. За прогнозами НБУ найближчі 2 роки інфляція перебуватиме в межах цільового діапазону 5% чому сприятиме зниження безпекових ризиків. За відсутності форс-мажорних обставин на початку 2024 року інфляція залишатиметься на невисокому рівні близькому 2023 року, проте прогнозується помірне прискорення всередині року. Це переважно буде наслідком вичерпання впливу сприятливих погодних умов минулого року на обсяги виробництва продовольства [5].

Швидке зменшення темпів інфляції у 2023 році було викликане такими основними антиінфляційними чинниками: високий рівень адаптивності суспільства, стійкий рівень монетарного забезпечення та фінансової підтримки з боку країн-партнерів, контроль за ціновою ситуацією з боку держави, низький споживчий попит, насичення ринку товарами та збільшення, успішні врожаї та збільшення пропозиції харчових продуктів. Не менш важливу роль відіграв і комплекс заходів Національного банку України щодо підтримки стійкості валютного ринку, що обмежило підвищення цін на широкий асортимент товарів з імпортною складовою та сприяло поліпшенню інфляційних та валютних очікувань. Всі ці фактори переважили ефекти збільшення цінового тиску від виробничих витрат бізнесу через підвищення цін на електроенергію та оплату праці [3].

Отже, повномасштабне вторгнення росії на територію України призвело до суттєвого зниження економічної активності, спаду економіки, що стало передумовами розвитку інфляційних процесів в Україні. Проаналізувавши динаміку інфляції в Україні за останні роки стає очевидним, що ця проблема залишається актуальною для економіки країни і сьогодні. Подолання цієї проблеми потребує ефективної монетарної політики та зусиль у напрямку стимулювання конкурентоспроможного бізнесу та інвестицій.

Список використаних джерел:

1. Круш П.В., Тульчинська С.О. Макроекономіка: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 324 с. URL: <https://subject.com.ua/pdf/184.pdf> (дата звернення: 02.04.2024)
2. Індекс інфляції в Україні. *Мінфін*. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/> (дата звернення: 05.04.2024)

3. Огляд інфляції. *Міністерство економіки України*. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=OgliadInflatsii&id=50f4353c-f19f-4a99-96c9-a0fdbb01f915&pageNumber=1> (дата звернення: 05.04.2024)
4. Тарасенко А.Б. Інфляція як міра економічної стійкості України під час російського вторгнення. *Електронне наукове видання. Науковий вісник міжнародної асоціації науковців*. Том 2, № 2, 2023 URL: <https://man.org.ua/nv/index.php/about/article/view/48> (дата звернення: 05.04.2024)
5. Інфляційний звіт. Січень 2024 р. *Національний банк України*. https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2024-Q1.pdf?v=7 (дата звернення: 06.04.2024)

УДК 338.1

МАЛИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ВІЙНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Марія Пономарьова

mariaponomarova5@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: викладач, спеціаліст вищої категорії Людмила Долока

Мале підприємництво є дуже важливою складовою для країни, тому що саме воно надає економіці країни гнучкості, маневреності та адаптивності. Розвиток його є важливою задачею для України, тому що мале підприємництво є основою національної економіки, забезпечує робочі місця, чим зменшує рівень безробіття та наповнює ринок товарами та послугами.

З початком повномасштабного вторгнення та соціально-економічної кризи відбулися втрати великої частини робочого населення та значне зростання рівня інфляції, що призвело до виживання або банкрутства великої частини малого бізнесу.

За результатами опитування «Український бізнес під час війни» було виявлено, що наразі найбільшими перешкодами для ведення бізнесу в Україні є: на першому місці - зростання цін на сировину та товари (так вважають 49% опитуваних, що на 3% більше чим в попередньому році), на другому місці - брак робочої сили (на думку 46% опитуваних); небезпека для роботи, викликана повномасштабним російським вторгненням – на третьому місці [1].

21 лютого 2024 року Європейською Бізнес Асоціацією були представлені результати опитування Індекс настроїв малого бізнесу за 2023 рік в рамках проекту Unlimit Ukraine. За результатами опитування було виявлено незначні, але все ж таки позитивні тенденції стосовно покращення настроїв малого бізнесу. За два роки повномасштабного вторгнення росії, малий бізнес потроху адаптувався і починає задумуватись про розвиток. Але в той же час підприємці покладаються в основному на власні сили, тому вкрай важливим є діалог та формування довіри між владою та бізнесом, так як саме це є необхідним для побудови сильної економіки. Також в результаті опитування було виявлено, що рівень використання цифрових інструментів серед малих та середніх підприємств є досить низький, що спонукає до розвитку цифрових каналів продажу. Також є недостатньою експортна активність малих підприємств та низький рівень залучення банківського кредитування [2].

За результатами опитуваннями 2023 року, можна помітити незначне покращення інтегральної оцінки малого та середнього бізнесу (значення показника зросло з 2,4 у 2022 році до 2,5 у 2023 році із 5 можливих балів.) Також спираючись на ці опитування, можна відмітити, що зросла кількість підприємців, які описують стан бізнесу як задовільний, їхня частка склала 41%. Порівняно з 2022 роком зменшилась частка підприємців, які описували стан бізнесу як негативний. Так в 2022 році частка таких підприємців дорівнювала 58%, а у

2023 році зменшилась до 40%. Інші 19% задоволені станом своїх справ. Отже, загалом поточний стан справ малого бізнесу в Україні знаходиться у нейтральній площині. Також не зважаючи на усі труднощі пов'язані з війною, збільшилась кількість підприємців, які планують розширювати свій бізнес - 79% у 2023 році, що на 3% більше, ніж у попередньому році [3].

Американська торгівельна палата в Україні за результатами опитування виділила такі основні проблеми ведення і розвитку малого бізнесу в Україні:

- ракетні атаки по об'єктах критичної інфраструктури;
- здоров'я і психічний стан працівників;
- значне зменшення споживчої та економічної активності;
- доступ до каналів зв'язку, водопостачання та теплопостачання, а також електроенергії;
- залучення і збереження кваліфікованих кадрів;
- проблеми по'язані з транспортом і логістикою [4].

Але незважаючи на всіх зазначені проблеми, власники бізнесу налаштовані досить оптимістично (рис. 1).

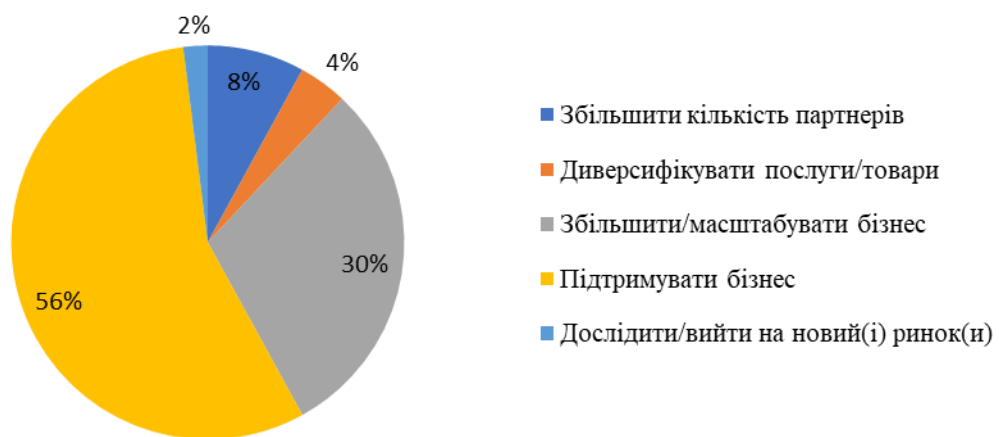


Рис. 1. Плани малого бізнесу на 2024 рік

В умовах війни важливою задачею держави є підтримка малого бізнесу. Україна проводить багато програм з цією ціллю. З найважливіших можна виокремити:

- «Доступні кредити 5-7-9» - надання кредитів малим підприємствам до 3 або 5 років зі ставкою 5%, 7% або 9%, яку можна зменшити, завдяки створенню нових робочих місць. Сума кредитування може сягати до 50 млн. грн в залежності від цілей фінансування [5];

- Грантова програма «єРобота» - передбачає надання українцям грантів для започаткування власного бізнесу, розвитку функціонуючого підприємництва та навчання. Отримати такі гранти українці можуть через Портал Дія, незалежно від того є вони підприємцями-початківцями чи вже людьми з досвідом в бізнесі [6];

- «Програма релокації підприємств». Дана програма створена для відновлення економіки держави за рахунок переміщення підприємств з територій, що знаходяться у зоні бойових дій або наближені до цих територій, в безпечні регіони, а саме у Львівську, Закарпатську, Чернівецьку, Івано-Франківську, Тернопільську, Хмельницьку, Вінницьку, Рівненську та Волинську області [7].

В 2023 рік в Україні також розвивався проект з підтримки малого бізнесу «Дія.Бізнес». Цією програмою скористалось понад 72 тисячі українців та понад 3500 ініціатив отримало фінансову підтримку.

Підсумовуючи вище написане, варто зазначити, що малий бізнес переживає дуже важкі часи з початку повномасштабного вторгнення в Україну, але, незважаючи на усі

перешкоди, мале підприємництво повільно відновлює свою діяльність та знову займає важливу роль у національній економіці. Уряд по максимуму підтримує діяльність малих підприємств та залучає не лише національний капітал, а й іноземний, що можна відслідкувати по кількості проектів направлених на допомогу бізнесу.

Список використаних джерел

1. Результати двадцять другого щомісячного опитування промислових підприємств «Український бізнес під час війни». URL: <https://business.diia.gov.ua/cases/novini/rezultati-dvadcat-drugogo-somisacnogo-opituvanna-promislovih-pidpriemstv-ukrainskij-biznes-pid-cas-vijni> (дата звернення 06.04.2024)
2. Як працює малий бізнес в умовах повномасштабної війни. European Business Association URL: <https://eba.com.ua/yak-pratsyuje-malyj-biznes-v-umovah-povnomasshtabnoyi-vijny/> (дата звернення 05.04.2024).
3. Майже 80% МСБ планують розширювати бізнес та залучати кошти у розвиток у 2024 році. ДіяБізнес. URL: <https://business.diia.gov.ua/cases/novini/majze-80-msb-planuut-rozsiruvati-biznes-ta-zalucati-kosti-u-rozvitok-u-2024-roci> (дата звернення 06.04.2024.)
4. Український бізнес під час війни: реальна аналітика та перспективи на майбутнє у 2024 році. URL: <https://finstream.ua/ukrayinskyj-biznes-pid-chas-vijny-analityka/> (дата звернення 09.04.2024).
5. Приватбанк–учасник програми «доступні кредити 5-7-9%». ПриватБанк. URL: <https://privatbank.ua/business/5-7-9> (дата звернення 04.04.2024).
6. ЄРобота: Гранти від держави на відкриття чи розвиток бізнесу. Мінекономіки. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=94321ef8-1418-479c-a69f-f3d0fdb8b977&title=Robota-GrantiVidDerzhaviNaVidkrittiaChiRozvitokBiznesu> (дата звернення 08.04.2024).
7. Програма релокації підприємств. Мінекономіки. URL: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3e766cf9-f3ca-4121-8679-e4853640a99a&title=ProgramaRelokatsiiPidprimstv> (дата звернення 07.04.2024.)

УДК 336.02:005.334]:355.018

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ТА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Дарина Рендіна

darinarendina@gmail.com

Руслана Васека, викладач

Ірпінський фаховий коледж економіки та права, м. Ірпінь, Україна

У сучасному світі, особливо в умовах воєнного конфлікту, питання фінансової стійкості та управління ризиками набувають особливого значення. Збереження фінансової стабільності під час воєнних дій вимагає комплексного підходу та виважених стратегій.

Для будь-якої країни наявність ефективної фінансової системи є критично важливою для функціонування її економіки. Фінансова система є складною у своїй будові. Через фінансову систему країна нагромаджує та використовує ресурси для утримання свого апарату, а також спрямовує їх на виконання своїх функцій, включаючи періоди війни. Пошук найбільш ефективних стратегій для створення дієвої фінансової системи шляхом аналізу особливостей функціонування фінансової системи у країні під час воєнного конфлікту є ключовим завданням в умовах постійних змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі, які сьогодні мають місце в економіці [1, с. 2].

З моменту початку повномасштабної війни на наших територіях Національний банк України активно працює над пошуком оптимальних засобів підтримки фінансової стійкості. Для оптимізації та забезпечення неперервності роботи фінансового сектору було впроваджено ряд трансформацій, які охоплюють як формування тактик різних політик, так і інструменти для реалізації стратегій. Однак, розвиток подій у воєнний час є динамічним, а зміни в структурі фінансового сектору не завжди контрольовані, що призводить до постійного пошуку оптимального балансу між підтримкою стійкості системи, внутрішнього бізнесу, громадян, а також забезпечення потреб армії. Велика увага до впровадження змін у процеси підтримки фінансової стійкості України є обґрунтованою, оскільки цей показник повністю відображає ефективність функціонування фінансового сектору країни, зокрема у сферах розподілу фінансових ресурсів в економіці, операцій платіжної системи та усвоєння (адаптації) шоків, що виникли в умовах війни, але не були передбачені у стратегічному плануванні. Ключові трансформації, передумови та орієнтири подальшої діяльності у воєнний час регулятор узагальнив у Основних засадах грошово-кредитної політики на період воєнного стану, звітах про макроекономічний стан. Зважаючи на складну структуру фінансового сектору України, Національний банк спрямовує свій регуляторний потенціал на зміну інструментів управління системою в цілому, а не лише її грошово-кредитною складовою [2, с. 2].

Стійкість фінансової системи України є досить широкою за своєю економічною сутністю категорією, оскільки, крім визначення її як «здатності у динамічних умовах ринкового середовища протистояти дії негативних зовнішніх та внутрішніх чинників», може бути досліджена з позиції системного підходу. Це включає багатокомпонентну систему індикаторів, кожен з яких відображає окремі аспекти ефективності фінансового сектору у протистоянні негативному впливу. Такий вплив може сприяти змінам у стратегії та тактиці реалізації грошово-кредитної, податкової, бюджетної, боргової політик і т. д. Стратегія розвитку фінансового сектору України до 2025 року, що була прийнята у 2020 році, не враховує розмірів нестабільності, яка виникла внаслідок російсько-української війни. Проте ключова роль, яку цей документ відводить у роботі фінансового сектору, залишається актуальною навіть при зміні умов його функціонування. Таким чином, Стратегія визначає фінансову систему як «драйвер сталого та інклюзивного розвитку економіки України та сприяє підвищенню добробуту громадян через забезпечення ефективного накопичення, розподілу та обігу фінансових ресурсів в економіці». Сьогодні як структура, так і функціональне значення фінансового сектору, і інструменти його підтримки, і методологія управління стійкістю системи залишаються незмінними, зміни піддає лише практика реалізації регулювання та втілення управлінських рішень. Додатково, у контексті оновлення методології підтримки фінансової стійкості в Україні, Національний банк прийняв оновлені Основні засади грошово-кредитної політики на період воєнного стану. Ці засади узагальнюють стратегічний курс регуляторів у напрямку стабілізації фінансового сектору та вибір оптимальних інструментів у цьому контексті. Згідно з документом, прийняттям його передумовою стала війна як фактор, що призвів не лише до зниження ефективності ринкових інструментів, але й до їх високої невизначеності, що ускладнює довгострокове прогнозування економічних процесів з прийнятною ймовірністю та підвищує роль оперативного та тактичного планування [2, с. 2-4].

Важливо відзначити, що багато заходів, спрямованих на застосування податкових інструментів з дерегуляційною спрямованістю, поступово скасовуються. Ці кроки на початку конфлікту були необхідними та прийнятими як тимчасова невідкладна підтримка. Однак у момент, коли фінансовий сектор адаптується до нових умов функціонування, ці заходи зменшують ефективність роботи податкової системи. Внаслідок проведених заходів регуляторам вдалося створити умови, які сприяють захисту фінансового сектору України і формують основу для його стійкості в умовах змін [2, с. 4].

Інструменти бюджетної політики в значній мірі узгоджені з податковими заходами.

Комплексні зміни, які були впроваджені, призвели до позитивного економічного впливу. Основний регуляторний потенціал цих інструментів спрямований на пріоритетну оптимізацію забезпечення фінансовими ресурсами основних потреб держави у галузі національної безпеки та оборони, підтримки підприємництва, а також соціальної підтримки осіб, постраждалих від збройної агресії [2, с. 5].

Один з важливих аспектів підтримки стійкості системи полягає в адаптації інструментів боргової політики до умов воєнного стану. Ключовими є зміни у структурі джерел фінансування дефіциту державного бюджету України, зокрема активізація пошуку ресурсів серед зовнішніх джерел [2, с. 5, 6].

Можна стверджувати, що на цьому етапі регуляторами було залучено весь потенціал для забезпечення стійкості фінансового сектору України. Більшість заходів є унікальними і застосовані лише на період воєнного стану в Україні, проте вони мають позитивний ефект у контексті забезпечення стабільності системи [2, с. 5].

Співпраця з регуляторами та урядовими органами має вирішальне значення, оскільки лише спільна дія та координація дозволяють швидко реагувати на фінансові виклики та уникати системних криз. У зв'язку з загостренням ситуації у світі необхідно визначити стратегії соціальної відповідальності, спрямовані на надання підтримки тим, хто постраждав внаслідок воєнних подій. Важливим елементом вирішення фінансових викликів є розробка гнучких стратегій, які ураховують різні сценарії та можливі наслідки воєнного стану. В умовах воєнного конфлікту фінансова реорганізація для країни, що переживає війну, стає надзвичайно важливим завданням, яке потребує спеціального підходу та урахування конкретних умов. SWOT-аналіз, що базується на поглядах аналітиків, дослідників, науковців та експертів, визначає сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, і може бути корисним інструментом для розробки стратегії фінансової реформи. При розгляді українського контексту, де війна створює серйозні виклики для економіки та фінансів, важливо розглянути ключові аспекти SWOT-аналізу щодо фінансової реорганізації в таких умовах. Наприклад, міжнародна фінансова підтримка стала важливим аспектом української фінансової реорганізації під час конфлікту. Ця підтримка забезпечила додаткові ресурси та фінансовий запас для уряду, допомагаючи забезпечити фінансову стабільність в умовах війни [3, с. 229].

У контексті воєнного конфлікту, забезпечення фінансової стійкості та ефективного управління ризиками стає надзвичайно важливим завданням для країни. Загальною метою є розробка ефективних стратегій та політик, спрямованих на забезпечення фінансової стабільності та управління ризиками в умовах воєнного конфлікту. Тільки шляхом комплексного підходу та співпраці всіх зацікавлених сторін можна досягти стійкості та стабільності в умовах глобальних викликів.

Список використаних джерел

1. Маршук Л., Мовчан Д., Покойовий О. (2022). Особливості фінансової системи в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*, (37). URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1228/1183>
2. Неізнана О., Григорук А., Литвин Л. (2022). Сучасні інструменти підтримки фінансової стійкості України в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*, (39). URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1401/1351>
3. Вдовічен А., Шпатакова О. (2024). Фінансова реструктуризація в умовах воєнного стану. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 326(1), 227-232. URL: <https://herald.khmn.edu.ua/index.php/herald/article/view/39/37>

УДК 332.14

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІННОВАЦІЇ ЯК ФАКТОРИ ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

Дмитро Рябикін

wkacc132@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

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

Галузь інформаційних технологій є провідною галуззю економіки в цілому світі та займає значну частку експорту розвинутих країн. Для України тривалий час характерним є значний розрив між доступністю технологій та їх впровадженням на практиці. Завдяки значній кадровій базі та розвиненому ринку технологій, наша країна має великий невикористаний потенціал, що набуває все більшого значення у період повоєнного відновлення економіки України.

Україна володіє значним людським капіталом у сфері ІТ порівняно з іншими країнами, маючи один з найбільших показників чисельності випускників за ІТ-спеціалізацією у світі [1] та є однією з важливих складових формування економічного потенціалу країни. У 2022 році на цифрові технології в цілому припадало 5,5% ВВП України [2], на ІТ – 3,5%. У 2015-2021 роках експорт комп'ютерних послуг зріс у середньому на 26,8% [1]. Примітно, що ІТ є єдиною галуззю, яка продовжувала демонструвати позитивну динаміку навіть після початку повномасштабної війни, ставши майже основою всього експорту послуг, який склав 46% від загального показника в країні [3]. Це визначає її як одну із найстійкіших галузей економіки в умовах нестабільності. У спеціалістів ІТ, зазвичай, є можливість працювати дистанційно, а сама праця не потребує великої кількості складного для перевезення устаткування. Незважаючи на масові переміщення, галузь продовжує розвиватися та процвітати, тому можна сказати, що ІТ є одним із найперспективніших ринків України.

З іншого боку, важливо зауважити, що ІТ ринок в Україні надзвичайно конкурентний, спеціалістів у 8,5 разів більше, ніж постачальників робіт [1], що зумовлює зростання частки ІТ-спеціалістів, які працюють на умовах фрілансерства із закордонними замовниками.

Демонструючи значну динаміку розвитку ІТ-технологій, Україна одночасно потерпає від наявного браку інновацій та інвестицій у власну інформаційну інфраструктуру: «...у деяких секторах економіки інтенсивність автоматизації, роботизації та використання цифрових технологій є дуже низькою» [2]. Її повільний розвиток зумовлений, в першу чергу, недоліками українського законодавства про захист прав інтелектуальної власності та необхідністю стабільного фінансового забезпечення бізнесу для започаткування інноваційної діяльності та впровадження інновацій [4]. Ще однією проблемою, на нашу думку, є відсутність чіткої миттєвої вигоди від інвестицій в інформаційну інфраструктуру, що гальмує її належний розвиток.

На сьогодні 90% українського виробництва не має сучасного технологічного та інформаційного забезпечення, незважаючи на те, що Україна є однією з провідних країн світу за кількістю науковців [5]. Потенціал до зростання за рахунок впровадження технічних інновацій в Україні мають такі сектори економіки, як сільське господарство, яке може отримати вигоду від використання нових детекторів і сенсорних технологій; логістика, яка може поглибити використання систем аналізу цифрової інформації для більш ефективного обліку та туризм, що може суттєво розширити рекламне покриття за рахунок кращої онлайн-комунікації з клієнтами та більш ефективних онлайн-маркетингових проєктів [5].

Проте позитивною тенденцією в Україні є започаткування процесів активної цифровізації, основною метою якої є вдосконалення існуючих секторів економіки та створення нових. Цифровізація також дозволить автоматизувати більшість процесів і

заощадити гроші на використанні персоналу та в перспективі створить безліч нових бізнес-рішень. Важливою умовою успішності цього процесу є членство України в програмі «Цифрова Європа», метою якої є формування навичок використання інноваційних технологій підприємствами у сфері бізнесу, розширення цифрової інфраструктури та надання допомоги країнам-учасникам даної програми та їхнім громадянам. Програма дасть можливість зменшити адміністративний тягар для бізнесу, визначити пріоритети для переходу до інноваційної економіки, створити середовище для легкого експорту інноваційних технологій, знизити податки для підприємців-початківців та посилити захист прав інтелектуальної власності [2].

На темпи цифровізації економіки України значний вплив має використання інструментів Big Data (великі дані) як однієї із сфер з найбільш швидким темпом розвитку. Big Data сьогодні є одним з головних новітніх напрямків. Аналіз даних великого масштабу активно використовується в маркетингу для збору інформації про покупців та виділення з них таргет-груп, у фінансових установах для створення більш точного кредитного рейтингу, а також у виявленні потенційних фінансових ризиків. Аналітика великих даних може ще бути використана для кращого розуміння та прогнозування попиту покупців на товари і послуги, а також передбачення реакції на рекламні кампанії. Робота з великими даними допомагає компаніям охоплювати більшу кількість потенційних клієнтів і збільшувати свій дохід, ефективно використовувати ресурси і корегувати бізнес-стратегії [6].

Значними потенційними можливостями для розвитку сьогодні володіють інноваційні технології у сфері фінансів. Уже зараз в Україні у сфері фінансових технологій працює понад 100 компаній, більшість з яких спеціалізується у сферах платежів/грошових переказів (38 компаній), технологій та інфраструктури (36 компаній) і мобільних гаманців (22 компанії) [7].

Інноваційні фінансові технології характеризуються високим рівнем ефективності, оскільки дозволяють клієнтам знизити свої витрати, здійснювати платежі в режимі реального часу, забезпечують більш зручний доступ до широкого вибору послуг, сприяють більш масштабному охопленню клієнтської бази, включаючи доступ до фінансування для фізичних осіб, малих і середніх підприємств.

В Україні найбільші банки, зокрема Ощадбанк, Укргазбанк, Райффайзен Банк, Аваль, Альфа-банк, Укрсиббанк, ПУМБ, ОТП банк і Мегабанк уже мають спільні проекти з фінтех-компаніями. Винятком є лише ПриватБанк, який має власний центр розробки. Крім того, ці банки мають власні центри інкубації та прискорення стартапів, що забезпечує їм можливість отримати винагороду у вигляді інноваційних продуктів і послуг, які вони зможуть реалізувати у майбутньому [7].

Таким чином, узагальнюючи вище зазначене можна стверджувати, що за інформаційними технологіями велике майбутнє і Україні, для ефективного та швидкого відновлення національної економіки у повоєнний період, необхідно формувати основні стратегічні пріоритети розвитку та модернізації виробництва, будівництва нової інфраструктури, зруйнованої війною, сфокусовані на використанні саме інноваційних технологій, продуктованих власними інтелектуальним капіталом.

Список використаних джерел

1. Яценко Л. Ринок праці IT-сектору в умовах війни: реалії та перспективи. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/rynok-pratsi-it-sektoru-v-umovakh-viyny-realiyi-ta-perpektyvy> (дата звернення: 30.03.2024).

2. Башлай С. В., Яремко І. І. Цифровізація економіки України в умовах євроінтеграційних процесів. Сумський національний аграрний університет. URL: <https://repo.snau.edu.ua/handle/123456789/10832> (дата звернення: 30.03.2024).

3. Боліла С. Роль інформаційних технологій та цифрових інструментів в умовах викликів війни та післявоєнного відновлення економіки України. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, 2023. № 16. С. 265-275. URL: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.16.35> (дата звернення: 30.03.2024).
4. Решетняк Н. Б. Інформаційні технології як фактор інноваційного розвитку економіки України. Харківський національний університет будівництва та архітектури. URL: <https://core.ac.uk/display/50591008> (дата звернення: 30.03.2024).
5. Неустроєв Ю. Г. Роль інформаційних технологій у забезпеченні економічної безпеки країни. *Інвестиції: практика та досвід* (науково-фахове видання України з питань економіки та державного управління). URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=7416&i=6> (дата звернення: 30.03.2024).
6. Нікіфорова Л. Використання інноваційних інформаційних технологій в електронній комерції та цифровій економіці. *Innovation and Sustainability*. URL: <https://ins.vntu.edu.ua/index.php/ins/article/view/31> (дата звернення: 30.03.2024).
7. Шевченко О.М., Рудич Л.В. Розвиток фінансових технологій в умовах цифровізації економіки України. Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права. URL: <https://reposit.nupp.edu.ua/handle/PoltNTU/8588> (дата звернення: 30.03.2024).

УДК 581.524.12:634

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГАЛУЗІ САДІВНИЦТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Людмила Слєпцова
muhomorluyda@ukr.net

*науковий співробітник відділу
наукових досліджень з питань економіки, методології,
інтелектуальної власності Інституту садівництва НААН, м. Київ, Україна*

Розвитку вітчизняної галузі садівництва приділяється значна увага, адже цей напрям агробізнесу гарантує довгострокову вигоду та стійкий збут продукції. Однак поряд із впливом кліматичних змін галузі наразилася на неочікувані проблеми через війну в Україні, спричинену Росією, зовнішнє середовище стає все більш непередбачуваним, нестабільним і мінливим. Зростають ризики, з'являються нові виклики та загрози, є загрози втрати на лише бізнесу та багатства, а й здоров'я та життя. Все це може досить суттєво позначитися в майбутньому на перспективах розвитку цього напрямку агробізнесу. Матеріальні збитки та зменшення доходів виробників плодоягідної продукції через війну з Росією ускладнює, а іноді й унеможливорює роботу.

Ефективна діяльність садівницьких підприємств в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення залежить від ступеня обґрунтування конкурентних стратегій, формування яких має відбуватися відповідно до рівня їх розвитку, ресурсного забезпечення, потенціалу конкурентоспроможності й стану зовнішнього середовища, а також ризиками, що виникають у зв'язку з особливостями функціонування. Впровадження конкурентних стратегій забезпечує формування стійких конкурентних переваг в умовах ринку та дозволяє ефективно реалізовувати власний конкурентний потенціал [3].

У підвищенні конкурентоспроможності садівницьких підприємств важливе значення має забезпечення конкурентоспроможності вирощуваних плодів і ягід. Якість продукції, її собівартість та ціна реалізації є основними ознаками, які характеризують рівень конкурентоспроможності продукції. Одним із найважливіших напрямів підвищення конкурентоспроможності плодів і ягід є їх цінова перевага, для забезпечення якої

собівартість продукції повинна формуватися за низько-витратним принципом, що досягається за рахунок обґрунтованої спеціалізації і концентрації виробництва, підвищення продуктивності праці та якості продукції, ефективного використання наявного ресурсного і виробничого потенціалу, удосконалення породно-сортового складу промислових садів і галузевої структури господарювання, впровадження інновацій у садівництво [4, с. 210-211].

Важливим економічним механізмом підвищення конкурентоспроможності садівницьких підприємств є кредитне забезпечення. Для вирішення цієї проблеми потрібна державна підтримка, створення загальнодержавних та місцевих фондів кредитування галузі, розробка механізмів пільгового кредитування, розвиток кредитних спілок та кооперативних банків, створення державного та іпотечного банку, лізингових компаній, а також компенсація кредитної ставки за рахунок бюджетних коштів [4, с. 211].

Підвищення конкурентоспроможності садівницьких підприємств тісно пов'язане з наявністю висококваліфікованих кадрів, здатних ефективно працювати та приймати економічно-обґрунтовані управлінські рішення [4, с. 211].

До основних факторів, які мають найбільший вплив на конкурентоспроможність садівницьких підприємств відносять:

- витрати на виробництво і реалізацію плодоягідної продукції;
- спеціалізацію садівницького підприємства;
- рівень інвестування садівницького підприємства;
- ринкову частку садівницького підприємства на рівні району, області, держави;
- рентабельність виробництва;
- матеріально-технічне і фінансове забезпечення;
- маркетингова діяльність на садівницькому підприємстві;
- кваліфікація персоналу та рівень його мотивації;
- цінову конкурентоспроможність;
- рівень товарності продукції садівництва;
- технологічний рівень виробництва плодоягідної продукції;
- якісні характеристики плодів і ягід [3].

Для того, щоб підвищити конкурентоспроможність садівницьких підприємств на світовому ринку необхідно використовувати такі основні напрямки:

1) гармонізація вітчизняних стандартів на плодоягідну продукцію згідно зі стандартами ЄС за таким принципом: створення та впровадження вітчизняної бази гармонізованих з міжнародними вимогами стандартів на плодоягідну продукцію та забезпечення необхідних обсягів фінансування цих робіт;

2) збільшення експортного потенціалу вітчизняних виробників плодоягідної продукції;

3) налагодження сучасної інфраструктури ринку садівництва;

4) посилення кооперації господарств населення виробників плодоягідної продукції;

5) налагодження співпраці між виробниками плодоягідної продукції та дослідними установами;

6) використання позитивного досвіду країн ЄС у регулюванні ринку плодоягідної продукції в напрямі зміцнення конкурентоспроможності садівництва [1].

Отже, для виходу садівницьких підприємств на зовнішній ринок та забезпечення конкурентоспроможності плодоягідної продукції, необхідно постійно підвищувати її якість, включення України у світові інтеграційні процеси та запровадження дієвих економічних реформ.

Необхідно забезпечувати державну підтримку розвитку садівництва, стимулювати приватну підприємницьку діяльність, забезпечувати інноваційні основи діяльності, удосконалювати транспортну та логістичну інфраструктуру, забезпечувати високу якість вирощеної плодоягідної продукції з урахуванням міжнародних стандартів, запровадити

механізми державної підтримки конкурентоспроможності плодючої продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках [2].

Список використаних джерел

1. Омельчук Ю. В. Волонтир Л. О. Управління конкурентоспроможністю підприємств АПК на ринках країн ЄС // Конкурентоспроможність аграрного сектору в умовах функціонування зони вільної торгівлі з європейським союзом: збірник тез доповідей II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. К.: НУБіП України, 2019. С. 177-179.
2. Н. І. Патика. DOI: Оцінювання рівня конкурентоспроможності сільського господарства регіонів України. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2020. Вип. 2. С. 15-24.
3. Е. В. Пахуча. Вплив внутрішніх і зовнішніх факторів на конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств. *Ефективна економіка*. 2018. №7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
4. Рульєв В.А. Конкурентоспроможність плодів і ягід. Мелітополь.: ТОВ «Видавничий будинок ММД», 2007. 315 с.

УДК 332.1

ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ ТА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Єлизавета Смицька

Ніна Вовк

smickaliza@gmail.com

Ірпінський фаховий коледж економіки та права, м. Ірпінь, Київська обл., Україна

З початком повномасштабного вторгнення росії в Україну та початком повномасштабної війни у 2022 році, було завдано нищівного удару по економіці нашої держави. Бойові дії, руйнування інфраструктури, переміщення населення та розрив економічних зв'язків призвели до значного падіння ВВП, зростання безробіття, інфляції та погіршення добробуту населення. Водночас, військові витрати зросли, що ускладнює ситуацію з державним бюджетом та борговим навантаженням.

В Мінекономіки наголосили: «Враховуючи кращу динаміку четвертого кварталу, за оцінками Мінекономіки з урахуванням статистичних даних Держстату за підсумком року падіння ВВП виявилось меншим за 30% і становило 29,2%.» Перш за все, втримання економіки на більш-менш стабільному рівні стало можливим завдяки злагодженій роботі Уряду, парламенту, допомозі міжнародних партнерів, високій адаптивності бізнесу та населення. [1]

На Економічній Експертній Платформі зазначено, що протягом перших тижнів близько 2,5 мільйонів українців виїхали за кордон. Кількість громадян, які переселилися до Західної України, також оцінюється мільйонами і постійно зростало до звільнення Київської області. Крім того, багато українців все ще залишаються на окупованих територіях і у зонах бойових дій. Тобто зменшується виробнича діяльність промисловостей, значно скорочується сплатення податків через зменшення кількості працівників. В результаті бачимо скорочення ВВП та ріст інфляції. На платформі відображено ситуацію з логістики з таких позицій: морська блокада, припинення залізничного руху в зонах бойових дій, зупинка авіаційного руху, перевантаження автомобільних шляхів біженцями на захід та проблема "хаотичних" блокпостів. [2]

Довоєнна практика управління фінансовою стійкістю України ґрунтувалась на взаємоузгодженому застосуванні інструментів забезпечення роботи окремих секторів, а також напрямів політики. У 2022 році була прийнята Стратегія розвитку фінансового

сектору України до 2025 року, проте вона не враховує масштабів нестабільності всіх сфер життя, зокрема й фінансової, що відбулося внаслідок російсько-української війни. [3, с. 3]

Варто розуміти, що в умовах війни ситуація як навколо всієї бюджетної політики, так і навколо сектору державної економіки, кардинально змінилася, стала більш пристосованою для потреб ведення війни та бойових дій. Тож і пріоритети фінансової політики мали значно змінитися за короткий термін для потреб держави та військового забезпечення. «Для забезпечення ефективного функціонування бюджетної сфери та життєво необхідних потреб українців у період воєнних дій органи державної влади змушені приймати швидкі, ефективні та оперативні рішення для підтримання фінансової стабільності в державі» - наголошує Латковський П.П. [4, с. 2]

Як зазначено в журналі «Економіка та суспільство» під час оновлення методології підтримки фінансової стійкості України НБУ прийняв оновлені Основні засади грошово-кредитної політики до припинення стану війни в країні, в них було узагальнено стратегічний курс регуляторів щодо стабілізації фінансового. В документі зазначено, що передумовами його прийняття стала війна, як фактор, який спричинив зниження дієвості ринку, а також важкість реалізації довгострокового прогнозування економічних процесів з прийнятною імовірністю та розширення ролі оперативного, тактичного планування. [3, с. 4]

Проте, незважаючи на війну, НБУ повідомляє, що економіка України за 2023 рік зросла майже на 6%. Вагоме значення мав високий рівень адаптивності підприємств і населення до діяльності в умовах воєнного часу. Бізнес не вагався інвестувати в свій розвиток, незважаючи на високі ризики. Навіть ракетний терор з боку росії не призвів до зупинки жодної галузі економіки: ні енергетики, ні металургії, ні сільського господарства. Значною мірою зростанню економіки сприяли великі державні витрати. Уряд направляв кошти на армію та пов'язані сфери, відновлення інфраструктури та соціальне забезпечення (пенсії, зарплати, різні види допомоги). Це стимулювало попит на товари та послуги, спонукаючи бізнес розширювати виробництво. Великі державні витрати стали можливими завдяки міжнародній фінансовій допомозі на суму близько 43 мільярдів доларів США.

НБУ передбачає, що у цьому році реальний ВВП України зросте на 3,6%, незважаючи на продовження війни. Високі бюджетні видатки залишатимуться важливим катализатором економічного зростання. Звісно, збереження значної підтримки від міжнародних партнерів є ключовою умовою для цього. НБУ припускає, що обсяги зовнішньої фінансової допомоги у цьому році складатимуть близько 37 мільярдів доларів США. [5]

Кіндзерський Ю. наголошує: «Що ж до повоєнного відновлення, то від стану промисловості, ступеня її руйнації і збереження як у галузевому, так і у просторовому вимірі, напряду залежить швидкість і якість повоєнного відновлення економіки країни, житлової та комунальної інфраструктури, відновлення зайнятості та доходів населення.» Уряду України варто зауважити, що розгляд питання повоєнного відновлення промисловості має бути не лише способом повернутися до економіки до 2022, а має нести на меті удосконалення всього економічного сектору та вихід промисловості на новий рівень. Також Кіндзерський наголошує, що таке відновлення має стати "вікном можливостей" для створення сучасної, розвиненої економіки плані, характерному для індустріально розвинених країн світу. [6, с. 2]

Отже, воєнний конфлікт в Україні має значний вплив на економіку країни. В 2022 році економіка країни зазнала безпрецедентної кризи: значно знизився ВВП, зростала інфляція та рівень безробіття, а також знижувалася активність роботи бізнесу. Незважаючи на це, Україна продовжує зосереджувати зусилля на відновленні та розвитку. Важливою складовою цього процесу є адаптивність суспільства та вміння підприємств і населення пристосовуватися до складних умов. Незважаючи на труднощі, Україна зберігає потенціал для подальшого розвитку та покращення життя своїх громадян через впровадження необхідних реформ та залучення інвестицій.

Список використаних джерел

1. Мінекономіки: ввп за підсумком 2022 року впав на 29,2% : веб-сайт: URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=b30e854d-b47d-4806-82ac-bb6daa87fa51&title=Minekonomiki>
2. Щодо економічного становища в умовах воєнного стану та напрямів його покращення: веб-сайт. URL: <https://economics.org.ua/index.php/blog/377-economika-vv>
3. Неізвестна О. , Григорук А. , Литвин Л. Сучасні інструменти підтримки фінансової стійкості України в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство, № 39, 2022. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-62>
4. Латковський П.П., Фінансова політика в умовах військового стану Розділ VII. адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право. *Аналітично-порівняльне правознавство*. 2022. № 1: С. 223-227.
5. Просто про економіку (на основі матеріалів Інфляційного звіту за січень 2024 року): веб-сайт. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/prosto-pro-ekonomiku-na-osnovi-materialiv-inflyatsiynogo-zvitu-za-sichen-2024-roku>
6. Кіндзерський Ю. Повоєнне відновлення промисловості України: виклики та особливості політики. *Економічний аналіз*. 2022. Том 32. № 2 С. 101-117

УДК 332.01

ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Тетяна Соломчак
Solomchak1@ukr.net

Самбірський фаховий коледж економіки та інформаційних технологій
м. Самбір, Львівська обл., Україна

За даними науковців Державної установи «Інституту регіональних досліджень ім. М. І. Долишнього НАН України» повномасштабна російська збройна агресія спричинила скорочення економіки України за підсумками 2022 року на 29,1%, що характеризує найвищий темп її зниження за роки незалежності України [1, с.1]. Причому таке зниження є диференційованим за регіонами і обумовленим руйнівними військовими діями у південно-східному регіоні.

В умовах нестабільної політико-економічної ситуації мільйони людей виїхали за межі країни, сотні тисяч працездатних громадян були мобілізовані на фронт, десятки тисяч підприємств були змушені зупинити роботу. Тому повоєнне відновлення економічної динаміки України є важливим завданням, оскільки сприятиме створенню умов для повернення українських біженців та внутрішньо переміщених осіб, збільшенню виробництва, створенню нових робочих місць та підвищенню рівня життя населення.

Очевидним є те, що повоєнне відновлення української економіки буде відбуватися за підтримки міжнародних фінансових інституцій та фондів як державних, так і приватних. Світова спільнота демонструє готовність консолідації допомоги економіці України, що постраждала шляхом створення спільних механізмів для відбудови інфраструктури, інституційної модернізації та економічної трансформації. Урядом України на Міжнародних конференціях у Лугано та Лондоні (відповідно у 2022 р. і у 2023 р.) було представлено стратегічний План регіонального відновлення та розвитку України, орієнтований на відновлення креативної економіки як запоруку сталого розвитку [2, с.121].

Повоєнне відновлення економіки України розглядають як якісну інституціональну зміну, яка поєднує відбудову зруйнованої і пошкодженої промислової та критичної інфраструктури та його інноваційну модернізацію з метою мінімізації невизначеності, яка пов'язана з модернізацією інституційних відносин. Інституційна система України повинна

забезпечити відповідне поєднання за допомогою інститутів стійкості, ідентичності, відновлення.

Стійкість забезпечується завдяки наявності достатніх умов для адаптаційних змін складових економічної системи України на основі гнучкого реагування на екзогенні ризики та збереження при цьому їхніх головних системних функціональних ролей [4, с.112].

Я.Жаліло виокремлює наступних п'ять базових інституційних передумов стійкості України в умовах повномасштабної війни:

- підприємництво, основою якого є малий бізнес;
- ефективна система комунікацій;
- зміцнення спроможності територіальних громад;
- організоване громадянське суспільство;
- інтегрованість країни у процеси європейської інтеграції [4, с.112].

Завдяки інституційним передумовам стійкості функціонують суб'єкти господарювання державного сектора економіки, які спроможні забезпечувати власну стійкість.

Інститутами ідентичності, які встановлюють систему взаємозв'язків у інституційній системі країни, є:

- системна підтримка бізнесу і населення за каналом державної грантової, кредитної та гарантійної допомоги;
- стратегування стійкості та відновлення дозволяє зменшити рівень невизначеності;
- інститути партнерства з організації діалогу з органами державної влади, громадськими організаціями та ін.;
- інститути самоврядування, насамперед місцеве самоврядування та взаємодія громад з бізнесом.

Завдання інститутів повоєнного відновлення економіки України: мотивувати концентрацію та спрямовувати обмежені ресурси на цілі відновлення та модернізації, оптимізуючи їх використання завдяки зниженню трансформаційних витрат суб'єктів господарювання, пов'язаних з модернізацією й подоланням інституційних пасток, орієнтації на цілі відновлення та модернізації функціональних інститутів, що забезпечують механізми економічної комунікації – грошово-кредитної та фіскальної систем, ринкової конкуренції, економічної кооперації [4, с.113].

Зокрема в інституті відновлення виокремлюють п'ять груп інститутів:

- капіталізації;
- концентрації матеріальних, фінансових і людських ресурсів;
- інновацій;
- регіональної диференціації;
- міжнародної підтримки.

Таким чином, інститути повоєнного відновлення формують перспективи функціонування суб'єктів господарювання країни в межах інституційної ідентичності за умов поєднання відновлення та інноваційної модернізації.

Інституційне забезпечення повоєнного відновлення економіки України дасть можливість подолати інституційну інерцію воєнного стану. Інституційна система переходу до повоєнного відновлення економіки України є недосконалою, тому потрібно оцінити успіхи та невдачі державної політики 2023 року.

Список використаних джерел

1. Виклики економічного розвитку регіонів України в умовах війни та повоєнного відновлення. Аналітична доповідь / ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього». 2023. 31с. URL: <https://ird.gov.ua>
2. Бородіна О.А., Ляшенко В.І. Повоєнне відновлення економіки: світовий досвід та спроба його адаптації для України. *Вісник економічної науки України*. 2022 № 1. С.121-134. URI: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/186648>.

3. Жаліло Я. Економічне підґрунтя стійкості України у відсічі російській агресії. Міжнародна науково-практична конференція: Всеохоплююча оборона: досвід протидії збройній агресії РФ проти України: зб. матеріалів міжнар. наук.–практ. конф. (Київ, 27 квітня 2023 р.). К.: Національний університет оборони України, 2023. 313 с.

4. Жаліло Я. Інституційне забезпечення економічного відновлення в Україні. Гальчинські читання: зб. матер. міжнар. наук. конф. (м.Київ, 2 листопада 2023 р.) / упоряд. А. Л. Дешко; за ред. Я. А. Жаліла. Київ: НІСД, 2023. 152 с. DOI: <https://doi.org/10/53679/NISS-confproceed.2023>

УДК 355.02:005.52.4

АДАПТАЦІЯ ЯК НЕВІД'ЄМНИЙ КОМПОНЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ

Вероніка Телік

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальність 073 Менеджмент

nikaveronika826@gmail.com

Юлія Стасюк

ст. викладач кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту

stas.yul@gmail.com

Дніпровський національний університет ім. Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна

В умовах непередбачуваного зовнішнього середовища підприємства змушені акцентувати увагу на змінах, що відбуваються у ньому [3]. Вміти швидко реагувати на динамічні зміни зовнішнього середовища дійсно важливо, оскільки ця спроможність є ключовим фактором успішності. Здатність швидко адаптуватися до нових умов та ефективно функціонувати у відповідності з актуальними «правилами гри» становить значиму складову стратегії підприємства.

Поява змін у зовнішньому середовищі ставить перед підприємствами невідкладне завдання адаптації, яке вони зобов'язані здійснити задля подальшого успіху. Процес адаптації суттєво модифікує вже встановлені бізнес-процеси на підприємстві. Зміни вимагають значних ресурсів для їх ефективного впровадження, включаючи їх відновлення. Важливо підкреслити, що успішна адаптація передбачає прийняття обґрунтованих стратегічних рішень [1].

Адаптація як компонент управління підприємством має велике значення, оскільки оперативне пристосування до зміни умов господарювання сприяє збереженню стійкості функціонування організації, формуванню конкурентних переваг та розширенню ринкових можливостей. Так, зокрема трансфер технологій виступає ключовим аспектом ефективного управління, оскільки акцентує увагу на необхідності адаптації нововведень до конкретних контекстів і умов з метою оптимізації управлінських процесів [6]. Таким чином, усвідомлення важливості адаптації набуває широкого розповсюдження, що відображає його постійну актуальність у всіх сферах діяльності, особливо в умовах конфліктів і воєнних дій.

Адаптація підприємства – це процес, за допомогою якого підприємство або організація пристосовується до змін у своєму зовнішньому або внутрішньому середовищі з метою збереження ефективності і конкурентоспроможності [14]. Адаптація є ключовим аспектом ефективного управління підприємством, особливо в контексті підходів, орієнтованих на безпеку [10]. Деякі вчені підкреслюють необхідність постійного навчання «бути адаптивним» та швидкого, точного прийняття рішень у нестабільному бізнес-середовищі [12]. Оптимальні стратегії адаптації залежать від рівня розвиненості потенціалу підприємства, особливостей галузі, конкурентної взаємодії та загального контексту макросередовища [11]. Нарешті, розробка та використання інструментальних засобів для самоадаптивних корпоративних додатків розглядається як економічно ефективне рішення

для підтримки оптимальної продуктивності адаптаційних процесів [9]. Крім того, ефективна адаптація передбачає наявність добре розвиненої організаційної культури у підприємства, оскільки саме через організаційну культуру можна зрозуміти готовність та ставлення підприємства до змін у зовнішньому середовищі [13].

На початку 2022 р. в Україні введено воєнний стан, робота деяких підприємств вимушено призупинена, адже на деяких територіях було просто неможливо продовжувати свою роботу. Тож підприємства, які могли продовжувати роботу мусили в швидкому темпі адаптуватися до змін, які повстали перед ними. Адаптація в умовах війни є задачею з зірочкою, адже це масштабні зміни в зовнішньому середовищі. При таких умовах ще складніше пристосуватися до змін, адже економіка страждає від руйнування інфраструктури, змін ринкових умов [2].

Прикладом підприємства, що оперативно та ефективно відреагувало на виклики, пов'язані з введенням воєнного стану, є ПрАТ «Камет-сталь». Ця компанія, заснована ще у 1889 році, існувала під назвою «Дніпровський металургійний комбінат» (ДМК). 2021 рік для компанії став знаковим для промисловості міста Кам'янське, оскільки найбільше підприємство міста – Дніпровський металургійний комбінат – увійшло до складу групи «Метінвест», об'єднавшись з Дніпровським коксохімічним заводом. На початку 2022 року компанія отримала нову назву ПрАТ «Камет-сталь» і розпочала новий етап у своїй історії.

Початок повномасштабної війни суттєво змінив умови функціонування підприємства, що вимагало оперативної реакції на нові обставини. Проте ПрАТ «Камет-сталь» продемонструвала вражаючий приклад швидкого та раціонального пристосування до нових умов. Підприємство активно розширювало свою діяльність, збільшуючи масштаби роботи своїх цехів та навіть відновлюючи роботу неактивних на той момент виробничих одиниць. Таким чином, воно продемонструвало не лише гнучкість у реагуванні на непередбачувані обставини, але й здатність до продуктивної діяльності в умовах воєнного конфлікту. Діяльність ПрАТ «Камет-сталь» у період воєнного стану свідчить про високий рівень ефективності та раціонального управління, що дозволяє підприємству залишатися стабільним виробником металопродукції, ключового компонента економіки України, та відповідальним платником податків [5]. На рис. 1 наведено динаміку ключових показників діяльності ПрАТ «Камет-сталь» у 2020-2023 рр.

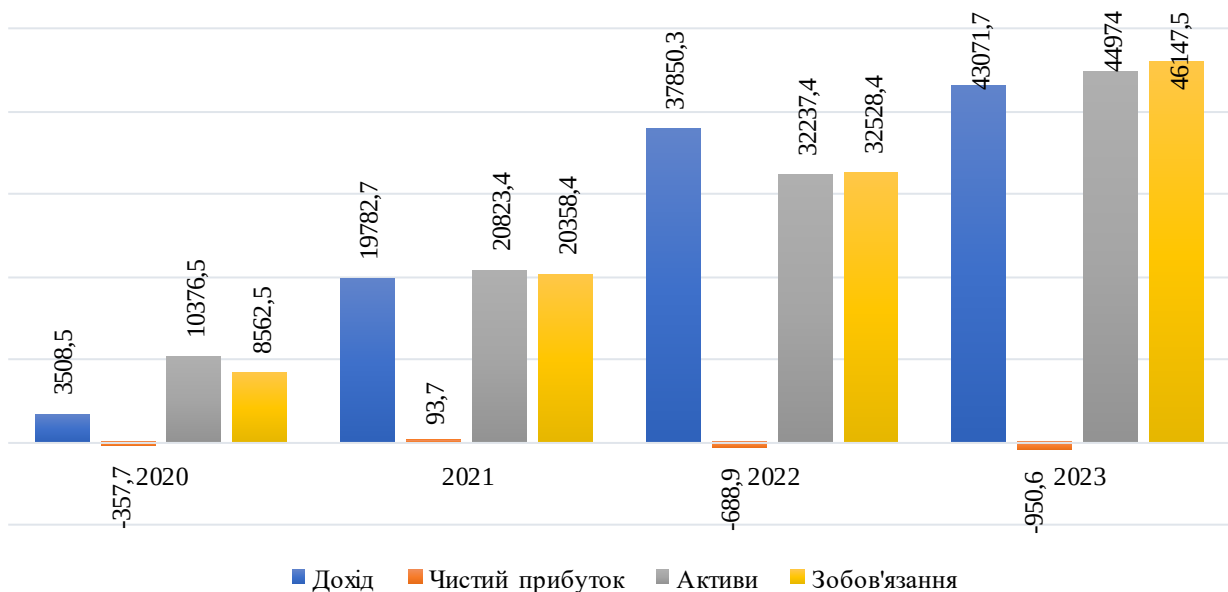


Рис. 1. Ключові показники діяльності ПрАТ «Камет-сталь» у 2020-2023 рр., млн грн
Джерело: [4].

Отже, можна зробити висновок, що адаптація є ключовою складовою успіху в

сучасному бізнес-середовищі. Швидка реакція на зміни є важливим аспектом ефективного управління, оскільки сучасний бізнес постійно стикається з новими викликами та змінами у зовнішньому середовищі. Тільки ті підприємства, які здатні швидко адаптуватися до нових умов, можуть забезпечити свій успіх та стабільність у конкурентному середовищі [8]. Адаптація є всеосяжним поняттям, що має важливе значення у всіх сферах життя сучасного світу. Щодня ми спостерігаємо зміни як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі, і поступове нарощування навіть невеликих змін може радикально перетворити те, що колись було стійкою системою, неохайною до будь-яких потрясінь. Підприємствам необхідно підходити до процесу адаптації з особливою уважністю, адже важливо розуміти свої недоліки, невдачі та потреби для подальшої ефективної діяльності. Ключовим етапом цього процесу є ретельне обдумування всіх аспектів перед прийняттям рішення, оскільки підприємство стикається з викликами, що постають у зовнішньому середовищі. Загалом, підприємства, які володіють адаптивністю до змін, забезпечують собі економічну безпеку. Система управління економічною безпекою підприємства включає в себе комплекс заходів, спрямованих на забезпечення всіх функцій управління економічною безпекою. Вона може бути охарактеризована кількома якісними характеристиками, такими як комунікативність, маневреність, стійкість та адаптивність. Процес адаптації розглядається як управлінська технологія, що ґрунтується на відповідних моделях реалізації цього механізму, і його можливості прямо залежать від загроз, що стоять перед підприємством і його економічною безпекою. Боротьба з як внутрішніми, так і зовнішніми загрозами є важливою для успішної діяльності підприємства. Як говорив англійський науковець Чарльз Роберт Дарвін: «Не найсильніший з видів виживає, не найрозумніший, а той, хто найкраще пристосовується до змін» [7].

Список використаних джерел

1. Герасимова О. Л., Подоляну М. В., Чачкова А. В., Адаптація підприємства до змін у зовнішньому середовищі як засіб забезпечення його економічної безпеки. *Інфраструктура ринку*. 2017. № 6. С. 141-146. http://market-infr.od.ua/journals/2017/6_2017_ukr/30.pdf.
2. Грінченко Р. В. та ін. Передумови адаптації підприємств до змін у воєнний період. *Науковий вісник ОНЕУ*. 2023. №. 5. С. 91-100. <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2023-5-6-306-307-91-100>.
3. Кривобок К. В. Обґрунтування сучасного підходу щодо адаптації підприємства до нестійкого зовнішнього середовища. *Економіка і суспільство*. 2018. № 14. С. 412-420. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/14_ukr/57.pdf.
4. ПрАТ «Камет-сталь». Інформація для акціонерів та стейкхолдерів. 2024. URL: <https://dkhz.com.ua/index.php/home/informatsiya-dlya-aktsioneriv-ta-steykholderiv>.
5. ПрАТ «Камет-сталь». Історія і сьогодення «Камет-сталі». 2024. URL: <https://dkhz.com.ua/index.php/home/istoriya>.
6. Стасюк Ю. М. Моделі міжнародного трансферу технологій. *Вісник ДНУ. Серія: Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. 2012. №. 4. С. 217-225. URL: https://www.dnu.dp.ua/docs/visnik/fmecon/program_567ec83a22433.pdf.
7. Чарльз Дарвін, 1859, цитата з «Походження видів шляхом природного добору» <https://rozdil.lviv.ua/aphorisms/aph.php?id=3855>;
8. Чубукова О. Ю., Ольшанська О. В. Адаптація системи управління економічною безпекою підприємства. *Ефективна економіка*. 2015. №2. URL: <https://core.ac.uk/reader/43282950>.
9. Arboleda H. et al. Development and Instrumentation of a Framework for the Generation and Management of Self-Adaptive Enterprise Applications. *Ingeniería y Universidad*. 2016. Vol. 20. №. 2. P. 303-333. <https://doi.org/10.11144/javeriana.iyu20-2.difg>.

10. Havlovska N. et al. Strategic adaptation as a way of managing organizational changes in the context of implementing a safety oriented enterprise management approach. *Tem Journal*. 2020. Vol. 9. №. 3. P. 1053. <https://doi.org/10.18421/tem93-29>.
11. Karpenko E., Pavlova D. The essence and assessment of the adaptability of an industrial enterprise. *University Economic Bulletin*. 2021. №. 48. P. 131-138. <https://doi.org/10.31470/2306-546X-2021-48-131-138>.
12. Khadilkar H., Paranjape A. A. Towards Adaptive Enterprise: Adaptation and Learning. *Advanced Digital Architectures for Model-Driven Adaptive Enterprises*. IGI Global, 2020. – С. 132-157. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-0108-5.ch007>.
13. Krupskiy O. P. Organizational culture: nature, types, peculiarities of implementation in Ukraine. *Economic Bulletin of the National Mining University scientific journal*. 2014. Vol. 45. №. 45. P. 29-38.
14. Quansah E., Hartz D. E. Strategic adaptation: leadership lessons for small business survival and success. *American Journal of Business*. 2021. Vol. 36. №. 3/4. P. 190-207. <https://doi.org/10.1108/AJB-07-2020-0096>.

УДК 331.5(477)

РИНОК ПРАЦІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА МАЙБУТНІ ПЕРСПЕКТИВИ

Наталія Трибузовська

trubysovskanata@gmail.com

*Хмельницький університет управління та права ім. Леоніда Юзькова,
м. Хмельницький, Україна*

Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Тетяна Піхняк

Ринок праці – це система економічних норм, інститутів та механізмів, які забезпечують відтворення робочої сили та її використання, що відображає досягнутий баланс інтересів найманих працівників, роботодавців та держави [1, с. 275]. Він є невід’ємною складовою загальнонаціонального ринку, оскільки ефективність функціонування цієї структури визначає успішність економіки країни загалом. В нових реаліях воєнного стану спостерігається серйозна криза та неспроможність задовольнити попит робочої сили. Саме тому виникає необхідність розкрити особливості функціонування ринку праці в сучасних умовах та можливості його відновлення, перспективи майбутнього розвитку.

Падіння економіки, бойові дії, негативні демографічні зміни, мобілізація стали причиною суттєвих трансформацій на українському ринку людських ресурсів. Дослідити масштаби втрат у сфері зайнятості ще дуже складно, оскільки дані вкрай невизначені. Після повномасштабного вторгнення РФ у 2022 році ринок праці пережив одну з найглибших криз. Спостерігалось зменшення кількості вакансій з 100 000 у лютому 2022-го до 7 000 у березні. Тобто, відбулось падіння на 93%. Війна створила перешкоди для вільного руху чинників виробництва, загострила невизначеності й ризики та призвела до дестабілізації ефективного функціонування інститутів ринку людського капіталу. Потоки біженців та внутрішньо переміщених осіб спричиняють значні втрати у сфері доходів і зайнятості. Втрата виробничих активів, руйнування інфраструктури, переривання логістичних ланцюгів зменшили потенціал ринку праці та призвели до скорочення можливостей працевлаштування багатьох громадян [2].

Одними з ключових чинників погіршення ситуації на українському ринку людських ресурсів стали безпрецедентні міграційна та економічна кризи. За 2022 р. з України виїхало майже 8 млн осіб, а близько 5 млн стали внутрішньо переміщеними. Вимушена міграція

привела до структурної зміни ринку праці, а також проблем насиченості фахівцями у різних регіонах. У областях, що найбільше постраждали від військової агресії, скоротилась кількість робочих місць та збільшився рівень конкуренції. Введення воєнного стану та мобілізація також стали вагомим фактором, який вплинув на зайнятість. Існує проблема забезпечення зайнятості представників уразливих груп населення. Окрім того, існує значна завантаженість на західні регіони [3, с. 5-8].

Взагалі, ринок робочої сили значно змінився, оскільки за короткий період часу був змушений пристосовуватись до нових умов, тому став досить гнучким [4, с. 2-3]. Наразі спостерігається парадоксальна ситуація, коли підприємці скаржаться на дефіцит кадрів, хоча залишається стабільно високий рівень безробіття. Нині в Україні існує значна нестача кваліфікованих робітників, особливо в галузях, що вимагають спеціалізованої освіти й досвіду. Тобто, на жаль, на сучасному етапі розвитку ринку праці структура зайнятості по галузях і підготовка робочої сили не відповідає потребам сьогодення. Така ситуація стає ваговою проблемою, що значно впливає на стабільність економіки України.

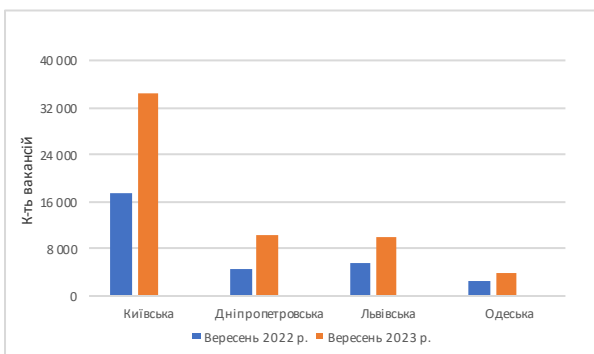


Рис. 1. Області з найбільшою кількістю вакансій (порівняння з 2022 р.)

Джерело: [5]

Незважаючи на продовження військових дій, ринок людського капіталу почав стабілізуватись та пристосовуватись до змін потреб держави. Відома онлайн-платформа для пошуку роботи Work.ua у вересні 2023 року зафіксувала рекорд по кількості вакансій протягом повномасштабного вторгнення – 105 809 пропозицій. Пропонують найбільше вакансій нині у Київській (34 574), Дніпропетровській (10 153), Львівській (9 994 пропозицій), Одеській (7 092) областях, за даними Work.ua (рис.1) [6]. Протягом 2023 року кількість

вакансій зростала щомісяця і досягла 90% відновлення, зазначають у Work.ua [7].

Кількість нових вакансій на початку 2024 року збільшується, однак досі активність шукачів роботи стабільно низька. Держстат не опубліковує даних стосовно безробіття від початку вторгнення, тому наведена інформація про оцінку дослідницької агенції Info Sapiens. Згідно з висновками досліджень, в Україні рівень безробіття становив 17%, станом на січень 2024 року [8]. Безробіття продовжує зростати. Ринок робочої сили стає конкурентнішим, бо компанії змушені змагатися за обмежений ресурс, яким виступають висококваліфіковані фахівці. Внаслідок зростають зарплати та покращуються умови праці. Українці звикають до нових умов праці, зокрема значно покращилася ситуація із адаптацією на місцях проживання переселенців та їхньою зайнятістю.

Щодо перспектив розвитку ринку праці, потреба після війни у кваліфікованих фахівцях залежатиме від того, яку економічну стратегію обере Україна. У відбудові максимальні темпи приросту можуть бути досягнуті в галузях, що сприятимуть відновленню внутрішнього ринку. В першу чергу, це будівництво, виробництво продуктів харчування, сфера логістики, сільське господарство, оптова та роздрібна торгівля, виробництво електроустаткування, хімічної продукції, меблів. Дослідники наголошують, що в умовах післявоєнної відбудови слід акцентувати на розвинених видах економічної діяльності та створенні доданої вартості.

Важливим завданням, враховуючи збільшення кількості громадян, що постраждали від збройного конфлікту, зокрема людей з обмеженими можливостями, внутрішньо переміщених осіб і колишніх учасників бойових дій, є стабілізація ринку праці. Особливі потреби згаданих груп населення необхідно враховувати під час планування і впровадження стійких реінтеграційних процесів, включаючи працевлаштування. Першочерговою є

розробка системи ефективного управління ринком робочої сили, механізмів її реалізації, зважаючи на питання освіти, поліпшення рівня безпеки й соціального захисту. Процес відновлення ринку людського капіталу потребує перерозподілу робочої сили між секторами економіки та створення місць працевлаштування. Окрім того, необхідною є підтримка розвитку місцевої економіки, бо потрібно враховувати фактор концентрації трудових ресурсів України (дефіцит у східних і центральних областях та надлишок у західних регіонах). Такі заходи сприятимуть розвитку економіки, покращить купівельну спроможність громадян і стане надійним засобом подолання бідності.

Майбутній розвиток ринку праці в Україні в умовах військового конфлікту вимагає комплексного підходу та впровадження стратегій для подолання цих викликів. Наприклад, можна застосовувати такі інструменти регуляції та механізми відбудови ринку праці: розвиток гнучкого ринку праці, що здатний легко адаптуватись до змін; розробка програми підтримки малого та середнього бізнесу; дерегуляція ринку праці (необхідна комплексна реформа трудового законодавства); збільшення інвестицій у поліпшення освіти; розвиток людських ресурсів для реконструкції та інноваційних перетворень у національній економіці; розробка політики щодо повернення біженців та працевлаштування ветеранів; розробка програм стимулювання розвитку ключових галузей економіки; розвиток міжнародного співробітництва; створення позитивного бізнес-клімату [9, с. 10-15].

Отже, військові події та нестабільність не лише визначають зміни в галузі економіки, але й впливають на аспекти ринку праці, включаючи зайнятість, навчання, міграційні процеси та багато інших факторів професійного життя. Важливо усвідомити, які виклики та можливості з'являються для працівників та роботодавців в умовах війни. Зменшення економічної активності, переселення населення, нестабільність підприємницького середовища — усе це порушує питання ефективного управління наявними ресурсами. Встановлено, що загалом ситуація на українському ринку праці залишається складною, внаслідок значних втрат людського капіталу у зв'язку з міграційними процесами та іншими змінами, однак поступово поліпшується. Незважаючи на великий обсяг публікацій й досліджень з проблематики ринку людських ресурсів в Україні необхідною є розробка на якісно новому рівні шляхів його розвитку в сучасних умовах та перспективи післявоєнної відбудови, зважаючи на те, що людський капітал є одним із основних чинників ефективного відновлення держави [10]. Програми відбудови ринку праці потрібно терміново розробляти на перспективу успішного розвитку економіки України. У сучасних умовах необхідно розуміти, що кризові явища можуть стати стимулом для інновацій та трансформацій на ринку праці, однак це вимагає спільних зусиль роботодавців, уряду та громадян.

Список використаних джерел

1. Базилевич В. Д., Баластрик Л. О. Макроекономіка. Навчальний посібник. Вид. 2-ге, доп.: навч. посіб. К.: Атіка, 2009. 368 с.
2. Любомудрова Н., Гойчук В. Зміни на ринку праці в умовах воєнного стану та перспективи післявоєнного відновлення. *Economy and Society*. 2022. № 40.
3. Karakuts A., Schedrin Y., Davymuka O. Future of Ukraine Workforce: report. Center for Applied Research (CAR), Center for International Private Enterprise (CIPE), 2023. 32 с.
4. Пищуліна О., Марквич К. Ринок праці в умовах війни: основні тенденції та напрями стабілізації: аналітична записка. Київ: RAZUMKOV CENTRE, 2022. 21 с.
5. Work.ua – сайт пошуку роботи №1 в Україні. *Work.ua – сайт пошуку роботи №1 в Україні*. URL: <https://www.work.ua/> (дата звернення: 21.02.2024).
6. Війна і дефіцит працівників: динаміка кадрових ресурсів в Україні. *Інститут аналітики та адвокації*. URL: <https://iaa.org.ua/articles/vijna-i-deficyt-praczivnykiv-dynamika-kadrovyyh-resursiv-v-ukrayini/> (дата звернення: 21.02.2024).

7. Кращі в незалежній: як змінився ринок праці України після повномасштабного вторгнення. *Спецпроекти Gazeta.ua*. URL: <https://projects.gazeta.ua/krashchi-v-nezalejnyi-1155346> (дата звернення: 21.02.2024).
8. Трекер економіки України під час війни - ЦЕС. *Центр економічної стратегії - Неурядовий дослідницький центр з питань економічної політики*. URL: <https://ces.org.ua/tracker-economy-during-the-war/> (дата звернення: 21.02.2024).
9. Судаков М., Лісогор Л. Ринок праці України 2022–2023: стан, тенденції та перспективи: звіт. Державна служба зайнятості України, Федерація роботодавців України, Міністерство освіти і науки України, Європейський банк реконструкції та розвитку, Фонд міжнародної солідарності (Solidarity Fund PL), 2023. 170 с.
10. Штундер І. Ринок праці України в умовах воєнного стану. *Economy and Society*. 2022. № 40.

УДК 339.923

РОЗВИТОК МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ: ОСНОВНІ ВИКЛИКИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Вікторія Фесенко
fesenko.vika@ukr.net

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси
Науковий керівник: д-р екон. наук, доцент, завідувачка кафедри економіки, управління та адміністрування Наталія Кузнецова

Стійкість економічного розвитку країни залежить від різноманітних факторів, серед яких ключове значення має ефективність підприємницького сектору, його фінансова стійкість та здатність забезпечити прибутковість навіть в умовах кризових ситуацій. Війна вважається найбільш руйнівним чинником для підприємництва. Загальна слабкість економічного сектору, зростання витрат на військові дії та оборону, непередбачувані фінансові та матеріальні втрати, постійні ризики і значні обмеження в міжнародній торгівлі, – зумовлюють поступову дестабілізацію всіх елементів економічної системи [1]. Проте саме сектор малого і середнього бізнесу у складних економічних умовах здатен сформувати надійний фундамент для поступово відновлення економіки у повоєнний період.

Так, за перший рік (2022-й) воєнних дій на території України в результаті повномасштабного вторгнення росії, вітчизняний бізнес зазнав безпрецедентно значних прямих збитків, обсяг яких оцінюється близько 13 мільярдів доларів. Значна частка зазначеної суми (приблизно 9 мільярдів доларів) припадає на великий і середній бізнес. Щонайменше 109 суб'єктів господарювання зазнали прямих збитків: 19 знищено повністю, ще 90 – частково. Непрямі збитки бізнес-сектору України за цей період досягли позначки у 33,1 мільярдів доларів. Для відновлення підприємств же потрібно майже 25 мільярдів доларів [2].

Більшість підприємств зазнали значних втрат особливо на початку повномасштабного вторгнення. Звичайно, є підприємці, які втратили все через фізичне нищення та окупацію частини наших територій. Але в цілому бізнес намагався вижити і продовжує працювати, незважаючи на всі намагання окупантів знищити нашу економіку військовими діями, і зумовлену війною енергетичною кризою.

За підсумками 2022 року, падіння національної економіки склало 30,4%, а споживча інфляція – 26,6%, тобто товари та послуги в Україні подорожчали в середньому на чверть. Також відбулася значна девальвація національної валюти – з 29 грн./дол. до 40 грн./дол. на ринку готівкової валюти, що також не могло не позначитися на вартості товарів і послуг [3].

Воєнний конфлікт, спровокований росією завдав величезних збитків і європейським підприємцям. Так, за даними Європейської Бізнес Асоціації (ЕБА), у 2022 році 83% компаній-учасниць асоціації відчували падіння бізнесу, з яких у 29% опитаних спадна динаміка склала до 20%, у більшій половині компаній – 21% і більше. І лише у 6% опитаних компаній не відбулося змін, а у 11% відбулося зростання виручки в такий непростий рік [3].

В умовах воєнного стану розвиток малого та середнього бізнесу в Україні супроводжується численними викликами, серед яких найбільш загрозливими є:

- спад економічної активності та зменшення споживчого попиту, що безпосередньо впливає на діяльність малх та середніх підприємств;
- погіршення умов постачання та логістики: обмеження на рух товарів та послуг призводять до втрат замовлень, збільшення витрат на логістику та загрози надійності постачання;
- необхідність підвищення рівня безпеки працівників та майна, що змушує підприємства збільшувати витрати на оплату послуг охорони, встановлення систем безпеки та інші заходи для захисту від можливих загроз;
- збільшення обсягів міграції робочої сили та мобілізації чоловічого населення, що зумовлює брак кваліфікованих працівників для малих та середніх підприємств, а також призводить до втрат досвіду і навичок;
- втрата ринків збуту через зменшення споживчого попиту в зоні активних бойових дій та втрата доступу до міжнародних ринків через обмеження.

Для подолання цих викликів важливою є різностороння підтримка держави, формування та впровадження стратегій управління кризовими ситуаціями, а також гнучкість та інновації в управлінні бізнесом.

Статистика свідчить про критичний стан підприємництва в Україні, оскільки ресурси для компенсації збитків та відновлення діяльності є обмеженими. Основним методом підтримки бізнесу та протидії національній економічній кризі, необхідній у період війни, є зміна регуляторних механізмів та організації роботи підприємницького сектору загалом. Це вимагає адаптації до нових умов та пошуку оптимальних шляхів побудови бізнес-процесів, спрямованих на задоволення потреб та інтересів різних учасників економічної системи. Більшість впроваджених антикризових заходів мають тимчасовий характер, оскільки їх основна мета полягає у виведенні суб'єктів підприємництва з шокового стану та відновленні активності. Аналіз цих заходів сформує підґрунтя для розробки стратегії подальшої стабілізації і розвитку, зміцнення системи та коригування проміжних результатів відповідно до непередбачуваних економічних умов.

Щоб допомогти бізнесу, уряд реалізував ряд заходів: запровадження податкових пільг, тимчасове скасування податкових перевірок, звільнення від сплати ПДВ, якщо підприємці не отримують доходи, тощо.

Крім того, були запроваджені різні ініціативи для підтримки підприємців, такі як гранти, позики та різні проєкти міжнародних донорів. Не лякаючись викликів війни, підприємці, влада, волонтерські організації та інші зацікавлені сторони працюють разом, щоб забезпечити ефективне функціонування економічної інфраструктури по всій країні, а військові тримають фронт [4].

Розробка та реалізація ефективних навчальних програм для підприємців є також важливим кроком до досягнення успіху в цій справі. В умовах війни, коли доступ до навчання може бути обмеженим, такі програми стають особливо важливими. Вони мають забезпечувати не лише фінансову підтримку, а й навчати підприємців важливих навичок управління бізнесом, маркетингу, фінансового планування, а також необхідності врахування соціальної складової в процесі здійснення підприємницької діяльності.

З початку 2022 року Європейський Союз розпочав надання невідкладної допомоги мікро-, малому та середньому бізнесу в Україні. Бюджет безповоротної грантової допомоги для підтримки бізнесу склав 7 млн євро, з яких близько 4 млн євро вже були виділені понад

1000 українським підприємствам у формі мікрогрантів. На 2024 рік передбачено ще додаткові мільйони євро, що відкриває нові можливості для підприємців. Ініціативи спрямовані на підтримку відновлення бізнесу, а також на адаптацію та інтеграцію релокованого бізнесу. Підтримка кластерів також зросла, що дозволило оптимізувати підтримку локальних підприємств. Інші ініціативи, такі як "Шляхи солідарності", допомагають налагоджувати нові ланцюги постачання та збуту української продукції [5]. Такі заходи спрямовані на забезпечення швидкого відновлення бізнесу, а також на підтримку релокації підприємств у нові громади. Це підсилює роль малого і середнього бізнесу як важливого чинника економічного розвитку та захисту демократії в Україні.

Таким чином, можна узагальнити, що для відновлення роботи малого і середнього бізнесу в Україні, потрібна консолідація зусиль усіх інституцій, в тому числі іноземних з метою формування чіткої стратегії відновлення економіки України у повоєнний період, де чільне місце має займати сектор малого і середнього бізнесу.

Список використаних джерел

1. Мурована Т. О. Вітчизняне підприємництво в умовах воєнного стану: основні тенденції та методи підтримки. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 47. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2144/2073> (дата звернення: 26.11.2023).
2. 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: 27.11.2023).
3. Час для роботи: як відновлювався та адаптувався український бізнес за рік війни. *Інформаційне агентство*. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/chas-dlya-roboti-yak-vidnovlyuvavsya-ta-adaptuvavsya-ukrajinskiy-biznes-za-rik-viyni-12154170.html> (дата звернення: 28.11.2023).
4. Підтримка економіки під час війни: чому великому бізнесу вигідно допомагати малому. *Forbes*. URL: <https://forbes.ua/company/pidtrimka-ekonomiki-pid-chas-viyni-chomu-velikomu-biznesu-vigidno-dopomagati-malomu-01092023-15673> (дата звернення: 29.11.2023).
5. Малий і середній бізнес: подолання викликів воєнного часу, втома від невизначеності та вікна можливостей. *Економічна правда*: веб-сайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/12/20/707921/> (дата звернення: 06.03.2024).

УДК: 338.2

ІНСТРУМЕНТИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ДЛЯ ВІДБУДОВИ ПОВОЄННОЇ ЕКОНОМІКИ

Світлана Фімар

svitlana.fimyar@e-u.edu.ua

Аліна Чміль

alina.chmyl@e-u.edu.ua

Черкаська філія ПВНЗ «Європейський університет», м. Черкаси, Україна

Військова економіка та виробництво боєприпасів повинні бути в центрі національної економічної політики, як неодноразово наголошують різні експерти. Підтримка економічного зростання та фінансової стабільності має бути пріоритетом монетарної політики, а цінова стабільність має бути забезпечена засобами, більш відповідними умовам воєнного часу.

Щоб створити мультиплікаційний ефект для економіки та зменшити ризик значного

скорочення податкової бази в середньостроковій перспективі, потрібно збільшити частку витрат, спрямованих на підтримку створення робочих місць. Цьому має сприяти залучення коштів міжнародних фінансових установ та країн-партнерів для цільового національного інвестування у створення нових інтегрованих виробничих комплексів у пріоритетних видах діяльності, а також у сфері економіки та безпеки. Цьому має сприяти широкий спектр заходів державної підтримки для підприємств, важливих для безпеки.

У воєнний час (позики, гранти, акціонерне фінансування, ризикове фінансування, державні гарантії, страхова підтримка, урядове регулювання, субсидії) мають забезпечити рівень фінансових умов, що відповідає поточним показникам динаміки ВВП (15-20% на рік).

Актуалізую параметри грошово-кредитного регулювання щодо зміни макроекономічних умов та встановлюю орієнтири розвитку кредитних каналів, зокрема щодо запровадження інструментів цільового рефінансування інвестицій. Вважаємо можливим прояснити питання запровадження адресного монетарного заходи політики.

При спрямуванні банківських кредитів бажано повернутися до практики національних банківських гарантій та гарантій та розробити належний рівень правового забезпечення та механізмів для цього. Такою слід посилити роль державних банків у реалізації програм розвитку національної економіки, створити цілісну національну банківську систему, громадські фонди та страхові організації.

Уряд має на випередження вирішувати питання комплексного розвитку регіонів розміщення переміщених підприємств з метою вирішення проблем логістики та формування регіональних промислово-виробничих комплексів. Також в регіонах необхідно застосовувати адресне розширення державної підтримки підприємств, які виробляють імпортозамінну продукцію або реалізують проекти локалізації виробництва на економічній території України.

Зрозуміло, що післявоєнне відновлення української економіки відбувалося поступово. Отже, залежно від масштабів руйнувань і наявності коштів, регіональний і галузевий розвиток має будуватися на синергії, у ситуаціях, коли ресурси дуже обмежені, а втрати високі.

Враховуючи характер та умови такого відтворення, пропоную наступне особисте бачення курсу післявоєнного розвитку економіки України рис. 1. Пропонується виділити чотири окремі етапи, кожен з яких буде характеризуватися набором окремих елементів

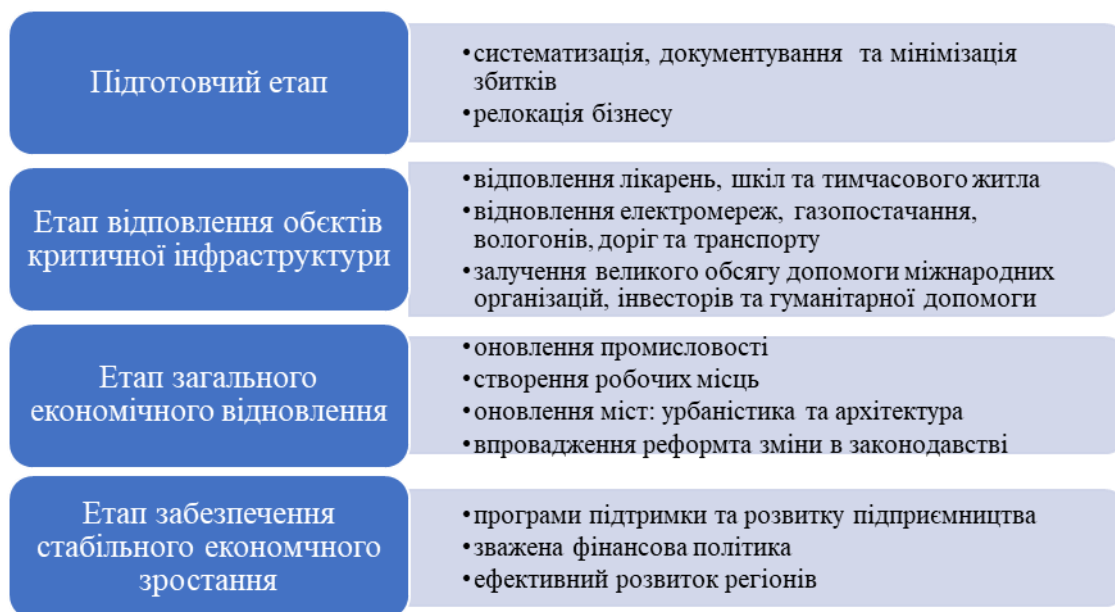


Рис. 1. Етапи повоєнного економічного оновлення України.

Війна – це завжди рубікон, який докорінно змінює долі людей і сценарій подальшого розвитку країни.

Повоєнне відновлення економіки залежить не лише від довоєнного розвитку країни, а й від її економічних, геополітичних і навіть культурних особливостей. Подальша лібералізація економіки, активне створення робочих місць, експортна орієнтація економіки, переважання високотехнологічних виробництв, великі обсяги фінансових і промислових інвестицій, створення податкових пільг.

Список використаних джерел

1. Ukraine recovery plan. 2022. URL: <https://recovery.gov.ua/>.
2. Дементьев В. Е. Ловушка технологических заимствований и условия ее преодоления в двухсекторной модели экономики. Экономика и математические методы. 2006. № 4. С. 17-32. Формування адаптивної системи забезпечення енергоефективності функціонування суб'єктів господарювання реального сектору економіки України : монографія / І. А. Ігнат'єва, В. В. Микитенко, І. С. Гращенко та ін. ; за заг. ред. І. М. Грищенка, І. А. Ігнат'євої. Київ : Кафедра, 2012. 304 с.
3. Трушкіна Н. В., Кітріш К. Ю. Управління ланцюгами постачань у контексті концепції індустрія 4.0. Ефективна економіка. 2020. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8399>. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.12.74>.
4. Ємець В. В. Економічний розвиток у повоєнний період в Україні: регіональний та місцевий аспекти. Економіка та держава. 2022. № 5. С. 68—72. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2022.5.68>.

УДК 656.1/5: 658.6

ОСОБЛИВОСТІ ГУМАНІТАРНОЇ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ ЗА УМОВ ВІЙНИ

Поліна Христофорова

hristoforova729@ukr.net

Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна

Науковий керівник: канд. екон. наук, доцент Аліна Нечипорук

Відколи російська федерація почала широкомасштабне вторгнення на територію України, наша держава зіткнулась з гострою проблемою надання гуманітарної допомоги військовим та цивільному населенню. На даний момент всі люди, спроможні зробити свій внесок у якісну доставку гуманітарних вантажів, намагаються підтримати наш логістичний сектор, який стикається з серйозними перешкодами, серед яких: розрив ланцюгів поставок, пошкодження або руйнування транспортної та складської інфраструктури і багато іншого. Наразі логісти щогодини відстежують ситуацію, тісно співпрацюють з державними органами, шукають шляхи об'їзду небезпечних ділянок та обвалених мостів, все це для того, щоб продовжувати надавати життєво важливі послуги.

Закон України «Про гуманітарну допомогу» від 22.10.199 року № 1192-XIV, а також постанова Кабінету Міністрів України від 5 вересня 2023 року № 953 визначають правові і організаційні аспекти отримання, оформлення, розподілу і контролю за використанням гуманітарної допомоги.

Чинне законодавство не містить чіткої класифікації товарів гуманітарної допомоги. Водночас, аналізуючи гуманітарні вантажі, що вже надходять в Україну, можна умовно поділити їх на такі основні види:

- гуманітарна допомога військового призначення (різного роду спорядження, техніка, тощо);
- медична гуманітарна допомога (включає цивільну і військову медицину);
- гуманітарна допомога цивільному населенню (продукти першої необхідності, одяг та взуття тощо);
- паливо (як для військових потреб, так і для потреб цивільного захисту) [1].

До здійснення перевезень гуманітарних вантажів з-за кордону і територією України з боку держави залучені наступні суб'єкти: державні адміністрації, зокрема військові і цивільні, Міністерство інфраструктури України, Державна служба з безпеки на транспорті, АТ «Укрзалізниця», а також головна пошта країни – «Укрпошта». Приватний сектор перевезення гуманітарних вантажів представлений такими компаніями: ТОВ «Meest Express», ТОВ «Нова пошта» та іншими учасниками, що входять до асоціацій перевізників.

Однією з логістичних компаній, що здійснює найбільший обсяг перевезень великогабаритних вантажів гуманітарної допомоги територією України є АТ «Укрзалізниця». Постанова Кабінету Міністрів України від 27.03.2022 № 379 «Про особливості здійснення гуманітарної допомоги, яка перевозиться залізничним транспортом в умовах воєнного стану» регламентує доставку гуманітарної допомоги, яка перевозиться залізницею протягом дії воєнного стану, а також через один рік після його скасування. Так, згідно засад вказаної постанови, АТ «Укрзалізниця» виконує роль логістичного центру в процесі надання гуманітарної допомоги залізничним транспортом.

Логістична система АТ «Укрзалізниця» побудована з урахуванням трьох факторів, які в сукупності можуть забезпечити її прозорість. Мова йде про системи CRM, складської системи і транспортної системи.

З 24 лютого, від початку повномасштабного воєнного вторгнення, Укрзалізниця перевезла 314 тисяч тонн гуманітарної допомоги [2]. Окрім того, «Укрзалізниця» перевозить значну частку військових вантажів. За повідомленням прес-служби компанії, АТ «Укрзалізниця» визначила 50 спеціальних вагонів у 32 пасажирських поїздах для прискорення та кращої координації перевезення гуманітарних вантажів. Вони курсують виключно для відправлень гуманітарної допомоги на окремих маршрутах.

Також АТ «Укрзалізниця» разом з АТ «Укрпошта» реалізували спільний проект «Гуманітарна залізнична пошта», встановивши спеціальні умови для перевезення двох видів гуманітарних вантажів – медикаментів та військового обмундирування та спорядження. Одержання такої гуманітарної допомоги здійснюється з поштових відділень, розташованих поруч з центральними залізничними вокзалами. Для волонтерів було встановлено спеціальні знижені тарифи, що надавали додаткові можливості. Так, наприклад, за відсутності грошей до сплати за відправку допомоги, вантажі все одно приймаються. В свою чергу, витрати на відправку покриваються залученими коштами благодійних фондів. АТ «Укрпошта» протягом 2023 року привезла до України 63,6 млн одиниць гуманітарної допомоги [3].

Ще у 2014 році в Україні було створено соціальний проект – «Гуманітарна Нова пошта», який згодом трансформували в окремий гуманітарний напрям. Завдяки ньому різноманітні благодійні фонди, волонтери, а також громадські організації транспортують гуманітарні вантажі коштом компанії. За останні 10 років у проекті прийняли участь понад 2 000 організацій та фондів. За десять років роботи «Гуманітарної Нової пошти» спільнота незламних відправила майже 4 000 фур по 20 тонн гуманітарних вантажів для 15 000 000 українців [4].

На території нашої держави для забезпечення прийому, обробки та розподілу гуманітарної допомоги була сформована велика кількість складських центрів та логістичних хабів, які функціонують на базі об'єктів державної, комунальної та приватної власності. В межах тилових, відносно безпечних наразі регіонах, функціонують склади першого вивантаження товарів. Здебільше вони розташовані в межах Чернівецької, Львівської,

Закарпатської областей. Транзитні склади, що передбачають тимчасове зберігання вантажів розміщуються при військових адміністраціях, в територіальних громадах.

Гуманітарна логістика є потужним інструментом, який наразі дає змогу забезпечити постраждале населення України необхідною гуманітарною допомогою, а наше військо – необхідним спорядженням. Вітчизняні перевізники не розгубились в кризовий час і зуміли швидко переорієнтувати свій бізнес на доставку гуманітарних вантажів, вони почали займатися перевезенням продовольства, засобів гігієни, одягу, ліків, вантажів для військових тощо. Проте наразі все ще існують і певні складнощі, що потребують уваги і новаторських рішень, серед яких – недостатньо налагоджена координація між різними суб'єктами логістичного ланцюга, що призводить до сповільнення відправлення та доставки гуманітарних вантажів. Вирішення цього питання значно оптимізувало б гуманітарну логістику і дозволило б здійснювати її планування, контролювати рух товарів у логістичних ланцюгах поставок.

Список використаних джерел

1. Механізми надання державою гуманітарної допомоги в умовах воєнного стану. URL: <https://nazk.gov.ua/wp-content/uploads/2022/07/Mehanizmy-nadannya-derzhavnoyu-gumanitarnoyi-dopomogy-v-umovah-voyennogo-stanu.pdf> (дата звернення 04.04.2024).
2. За час війни Укрзалізниця евакуювала чотири мільйони людей та перевезла 314 тисяч тонн гуманітарки. URL: <https://rubryka.com/2023/01/01/za-chas-vijny-ukrzaliznytsya-evakuyovala-chotyry-miljony-lyudej-ta-perevezla-314-tysyach-tonn-gumanitarky> (дата звернення 04.04.2024).
3. За 2023 рік Укрпошта привезла 63,6 млн одиниць гуманітарної допомоги для України. URL: <https://espreso.tv/suspilstvo-za-2023-rik-ukrposhta-privezla-636-mln-odinit-gumanitarnoi-dopomogi-dlya-ukraini> (дата звернення 04.04.2024).
4. З 2014 року в Україні працює Гуманітарна Нова пошта. URL: <https://novaposhta.ua/news/rubric/2/id/11719> (дата звернення 04.04.2024).

УДК 316

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ МІГРАЦІЙНОГО РУХУ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ, ЗУМОВЛЕНИХ ВІЙНОЮ

Валентина Шаповал
sapovalvala9@gmail.com

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

Міграція населення в перекладі з латинської означає переміщення або ж переселення людей з певного місця в інше. Завжди Україна спостерігала відтік працездатного населення за кордон з метою заробітку у більш розвинені країни. Так, через низький рівень життя, незначні заробітні плати, люди змушені були виїжджати для того, щоб забезпечувати свої родини. Саме, фінансовий компонент, тривалий час була визначальним чинником міграційного руху українців. З 2019 року напрямки руху українських мігрантів зазнали змін, що було пов'язано спочатку з поширенням інфекційного захворювання, спричиненого коронавірусом SARS-CoV-2. Однак, сьогодні на тлі повномасштабного вторгнення росії в Україну, що розпочалося 24 лютого 2022 року, причини виїзду українського населення за кордон інші – люди вимушені шукати прихисток у сусідніх державах в цілях безпеки через війну. Отже, відбуваються кардинальні зміни чинників та тенденцій міграційного руху в Україні, що і є темою дослідження.

Проаналізуємо основні тенденції міграційного руху в Україні за період 2017-2023 років.

У 2017 році в Україні було запроваджено безвізовий режим з країнами ЄС. Це дало змогу українцям вільно перетинати міждержавні кордони країн, що належать до Європейського Союзу без попереднього звернення до посольства, тому більшість українців почали масово виїжджати в цілях заробітку. За даними соціологічного моніторингу Інституту соціології НАН, більшість населення працездатного віку мають наміри виїхати закордон. Кожного року цей показник невідмінно зростає.

У 2022 році міграційне сальдо вперше з 2017 року, стало від'ємним. Так, з кінця лютого 2022 року внаслідок повномасштабного вторгнення росії на територію України і початку бойових дій, спостерігається найбільший відтік українського населення, основну частину якого становлять жінки працездатного віку та діти.

На кінець січня 2024 року за кордоном через війну перебувало 4,9 млн українців. Найбільше – в Німеччині та Польщі.

Станом на січень 2024 року осіб, кількість осіб, що виїхала до країн, які межують з Україною становить, осіб (рис. 1):

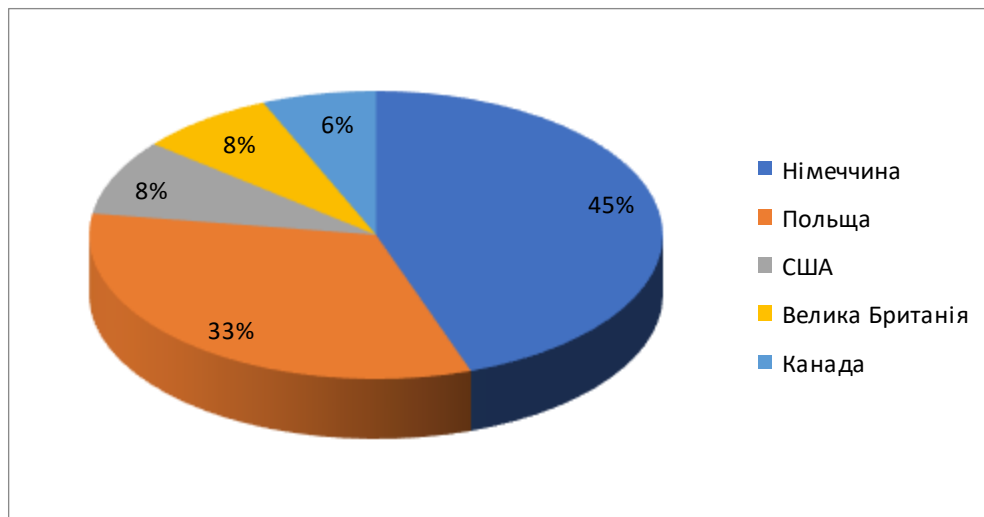


Рис. 1. Міграція українців в країни світу станом на 2024 рік

Джерело: [7]

- Німеччина – 1470000;
- Польща – 1078000;
- США – 280000;
- Велика Британія – 253200;
- Канада – 212000.

Значних масштабів з початком війни набула внутрішня міграція українців (переміщення осіб з одного регіону в інший у межах однієї країни).

За підрахунком Міжнародної організації з міграції (МОМ), станом на 4 грудня 2023 року в Україні налічувалося 5 мільйонів внутрішньо переміщених осіб [6].

За оцінками на основі загальнонаціонального опитування МОМ станом на 23 грудня 2023 року лідером за кількістю ВПО є Донецщина – тут зареєстровано 549 300 переселенців. Дещо менше на Харківщині – 527 335 внутрішньо переміщених осіб та в Дніпропетровській області (близько 480 тисяч осіб), далі йдуть Київ та Київська область, які прихистили понад 408 тисяч ВПО та майже 335 тисяч, відповідно.

Отже, в аналізованих роках українці мігрували за кордон в цілях заробітку, що вже тоді досить було помітно на економічних процесах країни. Україна втрачала і продовжує

втрачати висококваліфікованих робітників і працездатне населення. Масовий виїзд сімей відбувався з початком війни і кожного дня зростає. Для того, щоб досягти позитивних показників міграційного приросту потрібно дочекатися закінчення війни. Проте вже сьогодні уряд має формувати державну програму повернення українських мігрантів з-за кордону. Адже країни всього світу приймають біженців і допомагають влаштувати там своє подальше життя, тому є вірогідність того, що більшість українців не захочуть повертатися на Батьківщину. Внутрішні мігранти із закінченням воєнних дій не швидко повернуться до свого звичного життя, враховуючи численні руйнування об'єктів соціальної і критичної інфраструктури. Тому влада має формувати стратегію відбудови України та створювати умови для самореалізації для кваліфікованих працівників. Потрібні зміни настроїв населення для перспективи залишитися в Україні та інвестувати в розвиток національного господарства.

Список використаних джерел

1. Звіт про внутрішнє переміщення в Україні. Міжнародна організація з міграції URL: <https://iom.org.ua/sites/default/files/ukraine-internal-displacement-report-r2-apr-2022-ukr.pdf> (дата звернення: 08.04.2024).
2. Вимушена міграція і війна в Україні (24 лютого — 24 березня 2022). URL: <https://cedos.org.ua/researches/vymushena-migracziya-i-vijna-v-ukrayini-24-lyutogo-24-bereznnya-2022/> (дата звернення: 08.04.2024).
3. Українське суспільство: міграційний вимір: національна доповідь / Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України. https://www.idss.org.ua/arhiv/Ukraine_migration.pdf (дата звернення 08.04.2024).
4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 14.04.2024).
5. Національна академія наук України. URL: <https://www.nas.gov.ua/UA/pages/default.aspx> (дата звернення: 14.04.2024).
6. МОМ. ООН. URL: <https://iom.org.ua/sites/default/files/ukraine-internal-displacement-report-r2-apr-2022-ukr.pdf> (дата звернення: 14.04.2024).
7. Вимушена міграція і війна в Україні (24 лютого — 24 березня 2022). URL: <https://cedos.org.ua/researches/vymushena-migracziya-i-vijna-v-ukrayini-24-lyutogo-24-bereznnya-2022/> (дата звернення : 14.04.2024).
8. Демографічна ситуація в Україні у січні-листопаді 2021 року. URL: http://database.ukrcensus.gov.ua/PXWEB2007/ukr/publ_new1/2021/dem_1121.pdf (дата звернення : 14.04.2024).

УДК 338.23

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

Зорина Шацька
shatskaya@ukr.net

Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ, Україна

Агропромисловий сектор є одним з секторів національної економіки, який зазнав значних втрат з початку війни в Україні. За даними Комітету з питань аграрної та земельної політики України збитки та втрати агропромислового сектору з початку війни вже сягнули 80,1 млрд доларів США. З них 10,3 млрд доларів США – це сума збитків агропромислового сектору від руйнування Каховської греблі, часткове або повне знищення сховищ, рибного

господарства та аквакультури, багаторічних посівів, вимушений забій худоби, а також знищення та крадіжка виробничих ресурсів та продукції. 69,8 млрд доларів США – збитки від зниження урожаю [1]. З них зниження урожаю становить 49%, зниження закупівельних цін на експортно орієнтовані товари – 35%, зниження виробництва продукції тваринництва – 8%, зростання рівня витрат на виробничі ресурси – 6%, зниження обсягів виробництва багаторічних культур – 1%, втрати від рибальства та аквакультури – 1% (рис.1).



Рис. 1 Збитки агропромислового сектору з початку війни [1]

Відновлення діяльності підприємств агропромислового сектору є однією зі стратегічних завдань держави, що сприятиме недопущенню настання голоду в Україні та забезпечить глобальну продовольчу безпеку [4]. Урядом країни розроблена національна програма відновлення України, проекти якої розміщено [3] і визначено, що вітчизняний агропромисловий сектор здатен забезпечувати 600 млн людей на планеті харчовими продуктами, розвивати політику імпортозаміщення і до 90% споживати власну агропродукцію, підвищити конкуренцію в секторі переробки і, відповідно, переробляти 50% врожаю, розвивати ринок біометану, здобути інвестиційний портфель у 57 млн доларів США, Україна може наростити виробництво до 200 млн т агропродукції за наступні 10 років, але для цього вона повинна мати в обробітку всі 32 млн га землі та здобути перемогу у війні [2].

У плані відновлення України визначено, що головними проблемами розвитку вітчизняного агропромислового сектору є:

- низький рівень переробки сільськогосподарської продукції;
- генерація агропромисловим сектором незначних обсягів додаткової вартості;
- залежність країни від «габаритного імпорту».

Одним з пріоритетних проєктів програми є післявоєнне відновлення агропромислового сектору України, як сектору економіки з високою доданою вартістю. Для цього передбачена реалізація наступних проєктів у сфері сільського господарства:

- біоенергетична незалежність сільського господарства;
- будівництво систем іригації 1 млн га земель;
- стимулювання та розвиток переробки продукції рослинного походження (експортна фабрика продовольства);
- збереження аграрного сектору в умовах блокад портів;
- м'ясо-молочна незалежність;
- плодоовочева Україна;
- повернення сільськогосподарській земель в економічний обіг;
- сприяння переходу агропродовольчого сектору до «зеленого» зростання [3].

Зазначені стратегічні напрями розвитку агропромислового сектору в умовах післявоєнного відновлення можуть бути реалізованими на рівні сільськогосподарських підприємств в наступних напрямках, а саме:

1. Замкнений цикл виробництва з високою доданою вартістю з формуванням агропродовольчого ланцюга на засадах циркулярної економіки та біоекономіки.
2. Збалансований обмін продукцією між інтегрованими підприємствами підприємницької структури в рамках агропродовольчого ланцюга, який поступово перетворюється на глобальний агропродовольчий ланцюг.
3. Формування агропромислової агломерації за рахунок територіального зосередження підприємств та їх інтеграції в підприємницьку структуру в рамках агропродовольчого ланцюга, яка стає ядром агропромислової агломерації.
4. SMART-спеціалізація регіону з формуванням агробіорегіону.
5. Перехід від конкуренції до коопетиції між інтегрованими підприємствами в підприємницьку структуру.
6. Розвиток со-брендингу в рамках підприємницької структури аграрної сфери.
7. Корпоративна соціальна відповідальність підприємницьких структур аграрної сфери [4].

Список використаних джерел

1. Агросектор України втратив від війни 80,1 млрд доларів США. AgroPolit.com. URL: <https://agropolit.com/news/27650-agrosector-ukrayini-vtrativ-vid-viyni-801-mlrd>
2. Названо цілі АПК у період післявоєнного відновлення. Agroportal. URL: <https://agroportal.ua/news/ukraina/nazvano-cili-apk-ukrajini-u-period-pislyavoyennogo-vidnovlennya>
3. Проекти нацпрогами. Відновлення України. URL: <https://recovery.gov.ua/>
4. Шацька З.Я. Прогнозні сценарії післявоєнного відновлення підприємницьких структур аграрної сфери України. *Вісник стратегічних економічних досліджень*. КНУТД. 2023. №1. С. 56-63. URL: <https://econ-vistnyk.knutd.edu.ua/wp-content/uploads/sites/17/2023/07/1-2023-6.pdf>

УДК 364.012

PREVENTING ECONOMIC DECLINE IN UKRAINE DURING TIMES OF CONFLICT

Анна Шленчак

schlenchakannandkate@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: Ірина Прозоровська

Preventing economic decline in Ukraine amidst the ongoing conflict is our pressing concern. The conflict has posed significant challenges to Ukraine's economy, threatening its stability and growth prospects. [2]

We are going to outline the current state of the economy in Ukraine:

1. Economic Growth and Challenges. Ukraine's economy has shown resilience amid challenges, including geopolitical tensions, corruption, and structural reforms. Despite efforts to diversify, the economy remains heavily reliant on agriculture, heavy industry, and natural resource extraction.

2. GDP Performance. GDP growth has been moderate, influenced by fluctuations in global commodity prices, particularly for steel and grain exports. Recent years have seen improvements in GDP figures, albeit gradual, reflecting stabilization efforts and external investments.

3. Foreign Direct Investment (FDI). FDI inflows have been increasing, driven by ongoing reforms, particularly in the energy and banking sectors. However, FDI remains below its potential due to concerns about political instability and corruption.

4. Trade Relations. Ukraine has sought to strengthen trade ties, particularly with the European Union through the Association Agreement. Trade with Russia has been impacted by geopolitical tensions, leading to diversification efforts towards other markets.

5. Currency Stability and Inflation. The Ukrainian hryvnia has shown relative stability, supported by prudent monetary policies and external assistance. Inflation remains a concern, influenced by currency fluctuations, energy prices, and structural inefficiencies.

6. Government Reforms. Structural reforms aimed at improving the business climate, tackling corruption, and enhancing transparency have been ongoing. Progress has been made in deregulation, tax reforms, and improving governance, but challenges persist in implementation.

7. Infrastructure Development. Investments in infrastructure, particularly in transportation and energy sectors, are essential for long-term economic growth. Infrastructure deficits remain, hindering competitiveness and attracting further investments.

8. Labour Market. High emigration rates have led to labor shortages in certain sectors, impacting productivity and economic development. Efforts to modernize education and training programs are crucial for aligning skills with market demand.

9. Socioeconomic Disparities. Regional disparities persist, with Western regions generally more prosperous than Eastern ones. Addressing these disparities through targeted policies is crucial for social cohesion and sustainable development.

10. Future Prospects. Ukraine's economy shows potential for growth given its skilled workforce, agricultural resources, and strategic location. Realizing this potential requires continued reforms, investment in human capital, and fostering a favorable business environment.

However, with strategic planning and concerted efforts, there are measures we can take to mitigate the adverse impacts and foster resilience. Here are some key strategies:

1. Diversification of Economy. Ukraine must reduce its reliance on traditional industries like heavy manufacturing and natural resource extraction. Diversifying into sectors such as technology, renewable energy, and services can create new avenues for growth and reduce vulnerability to external shocks [1].

2. Enhanced Governance and Anti-Corruption Measures: Strengthening institutional frameworks and enforcing anti-corruption laws are paramount. Improving transparency, accountability, and efficiency in governance will enhance investor confidence and attract much-needed investment.

3. Investment in Infrastructure: Infrastructure development is crucial for economic resilience. Improving transportation networks, energy infrastructure, and digital connectivity will enhance productivity, facilitate trade, and attract investment.

4. Promotion of Foreign Direct Investment: Offering incentives and guarantees to attract FDI is essential. Providing a stable and predictable investment environment, coupled with safeguarding property rights, will encourage foreign investors to contribute to Ukraine's economic development.

5. Human Capital Development Strategies: Investing in education, vocational training and skills development programs is imperative. A skilled workforce equipped with the necessary competencies will drive innovation, productivity, and economic growth.

6. Regional Development Strategies: Addressing regional disparities is essential for inclusive growth. Implementing targeted policies and investment incentives in underdeveloped regions will promote balanced development across the country.

7. International Cooperation and Integration: Strengthening ties with international partners and pursuing regional integration initiatives are crucial.

Accessing new markets, technology, and financial assistance will diversify Ukraine's economy and reduce dependency on any single market.

8. Social Safety Nets and Poverty Alleviation: Implementing social safety net programs to support vulnerable populations is critical. Providing targeted assistance, including food aid and healthcare, will mitigate the impact of economic shocks on the most marginalized groups.

In conclusion, preventing economic decline in Ukraine during times of conflict requires a multifaceted approach. By diversifying the economy, enhancing governance, investing in infrastructure and human capital, addressing regional disparities, fostering international cooperation, and supporting vulnerable populations, Ukraine can build resilience and pave the way for sustainable economic growth.

References

1. Що сприяє економічній стійкості України під час війни за Незалежність. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3751995-so-spriae-ekonomicnij-stijkosti-ukraini-pid-cas-vijni-za-nezaleznist.htm>
2. Богдан Т. Фінансово-економічні наслідки війни. URL: https://lb.ua/blog/tetiana_bohdan/550614_finansovoekonomichni_naslidki.html
3. Самойлюк М. Трекер економіки України під час війни. URL: <https://ces.org.ua/tracker-economy-during-the-war/>

УДК 339.1

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ТА ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ

Діана Апанасенко
888vlada888@gmail.com

*ВСП «Фаховий коледж харчових технологій та підприємництва ДДТУ», м. Кам'янське, Україна
Науковий керівник: викладач, спеціаліст вищої категорії Юлія Владарчик*

Сьогодні маркетинг виступає як спосіб діяльності підприємців і специфічний підхід до господарювання за ринкових умов. Сучасний маркетинг - це особлива галузь економічної науки, яка займається вирішенням проблем раціоналізації у широкому розумінні шляхом розробки відповідного інструментарію.

Головною особливістю маркетингу є те, що його діяльність орієнтується на потреби. Саме потреби споживачів є основним об'єктом уваги виробників товарів і послуг. Девізами багатьох фірм є такі: "Відшукати потреби і задовольнити їх", "Виробляти те, що можна продати, а не намагатися продати те, що виробляється", "Любити клієнта, а не товар". Саме через задоволення потреб споживачів виробники реалізують свою кінцеву мету - одержання прибутку. А засобом для її досягнення маркетинг пропонує не окремі зусилля, а комплекс заходів.

Отже, маркетинг – це та сфера бізнесу, в якій все мінливо, тому потрібно завжди тримати руку на пульсі та шукати нові рішення.

Цифровий маркетинг - це стратегія маркетингу, яка використовується для просування продуктів або послуг за допомогою цифрових каналів, таких як Інтернет, мобільні пристрої, соціальні медіа, пошукові системи, електронна пошта та інші [4].

Цифровий маркетинг – це модель маркетингу 21-го століття, маркетинг масової індивідуалізації, маркетинг з використанням цифрових каналів.

Цифровий маркетинг має безліч переваг порівняно з традиційними формами маркетингу, а саме:

- Завдяки Інтернету та цифровим каналам, цифровий маркетинг дозволяє брендам залучати аудиторію з усього світу. Це відкриває безмежні можливості для масштабування бізнесу та залучення нових клієнтів.

- Цифрові платформи надають детальну аналітику та можливості цільового таргетування, що дозволяє рекламодавцям налаштовувати свої кампанії так, щоб вони були спрямовані саме на цільову аудиторію [2].

- У цифровому маркетингу легко виміряти результати рекламних кампаній за допомогою різних аналітичних інструментів. Це дозволяє рекламодавцям точно визначати ефективність своїх зусиль і вносити корективи для поліпшення результатів.

- В порівнянні з традиційними формами маркетингу, цифровий маркетинг може бути значно дешевшим. Наприклад, реклама в Інтернеті часто коштує менше, ніж телебачення або принтова реклама, при цьому маючи потенційно більшу ефективність.

- Цифровий маркетинг дозволяє швидко реагувати на зміни в ринкових умовах та поведінці аудиторії. Кампанії можуть бути змінені або адаптовані у реальному часі, щоб відповідати поточним потребам і вимогам.

- Завдяки різноманітним форматам контенту, таким як відео, статті, інфографіка та інші, цифровий маркетинг дозволяє брендам залучати аудиторію різноманітними способами, створюючи цікавий та змістовний контент [1].

Сучасні технології інноваційного маркетингу відкривають нові можливості для бізнесу у цифровому віці. Цифровий маркетинг перетворився на ключовий елемент успішної стратегії просування продуктів та послуг. Отже, розглянемо, як цифровий маркетинг поєднується з інноваційними технологіями для досягнення максимального ефекту в сучасному бізнесі:

1. Розбудова бренду через віртуальну реальність. Однією з найбільш захоплюючих інноваційних технологій є віртуальна реальність (VR). Завдяки VR компанії можуть

створювати захопливі інтерактивні віртуальні досвіди для своїх клієнтів. Наприклад, роздрібні магазини можуть створити віртуальні приміщення, де покупці можуть переглядати та вибирати товари, ніби вони фактично знаходяться у магазині.

2. Аналітика та Штучний інтелект: зростання ефективності. Штучний інтелект (AI) вже змінює підхід до аналізу даних та прийняття стратегічних рішень. AI допомагає компаніям аналізувати великі обсяги даних та передбачати поведінку клієнтів. На основі цих аналітичних даних бізнеси можуть розробляти персоналізовані стратегії маркетингу та взаємодії з клієнтами, що підвищує ефективність їхніх маркетингових кампаній.

3. Мобільний маркетинг: нові горизонти зв'язку з аудиторією. Зростання використання мобільних пристроїв створює нові можливості для мобільного маркетингу. Додатки та повідомлення на мобільних пристроях надають бізнесам можливість надсилати персоналізовані пропозиції та сповіщення клієнтам у будь-який час із зручності мобільного доступу.

4. Відео-маркетинг: вражаючий ефект зорової привабливості. Відео-маркетинг стає все більш популярним і ефективним способом залучення аудиторії. Відео-маркетинг - це стратегія маркетингу, яка полягає у створенні та поширенні відеоконтенту з метою просування продуктів, послуг або бренду. Відео відіграє важливу роль у сучасному цифровому маркетингу через свій здатний привертати увагу ефект, можливість емоційного зв'язку з аудиторією та можливість передачі складних ідей у легкодоступній формі. Сучасні соціальні медіа платформи, такі як YouTube та Instagram, надають компаніям можливість створювати та поширювати захоплюючий відеоконтент, який привертає увагу та зацікавлює аудиторію.

Ось деякі ключові аспекти відео-маркетингу:

- Контент для різних етапів воронки продажів. Відео може бути використано на різних етапах воронки продажів - від привернення уваги до конвертації. Наприклад, короткі відеоролики на соціальних медіа можуть привертати увагу, а відеоогляди або демонстрації продуктів можуть допомогти в ухваленні рішення про покупку.

- Підвищення взаємодії та залучення аудиторії. Відео сприяє залученню аудиторії та підвищує рівень взаємодії. Користувачі частіше взаємодіють з відео контентом, відгукаються, діляться та залишають коментарі.

- Покращення SEO. Відео може покращити показники SEO вашого сайту, особливо якщо ви використовуєте його на YouTube або інших популярних платформах. Відео може підняти позиції вашого сайту в пошукових результатах і збільшити трафік.

- Розширення аудиторії через соціальні медіа. Відео легше вірується та ділиться в соціальних медіа, що дозволяє розширити аудиторію та залучити нових клієнтів.

- Створення брендового контенту. Відео дозволяє створювати унікальний брендований контент, який допомагає підсилити ідентичність вашого бренду та побудувати відносини з аудиторією.

- Можливості для креативності та емоційного зв'язку. Відео надає безліч можливостей для креативності та емоційного зв'язку з аудиторією. Він дозволяє вам розповісти історію вашого бренду, донести емоції та створити запам'ятовувані враження [3].

Отже, відео-маркетинг є потужним інструментом у руках сучасного маркетинголога, який дозволяє досягти значних результатів у просуванні бізнесу та взаємодії з аудиторією.

Таким чином, цифровий маркетинг та інноваційні технології просування бізнесу відкривають нові можливості для компаній у всіх галузях. Використання цих технологій дозволяє компаніям залучати нових клієнтів, зміцнювати бренд та збільшувати свій бізнес. Запровадження інноваційних підходів у цифровому маркетингу стає ключем до успіху у сучасному конкурентному середовищі. Тому кожному вітчизняному підприємству треба у своїй діяльності застосовувати нові технології, а саме цифровий маркетинг, включати його в перелік інструментів просування своїх товарів та послуг.

Список використаних джерел

1. Усе про цифровий маркетинг. Канали, інструменти, формати. URL: <https://speka.media/shho-take-cifrovii-marketing-kanali-instrumenti-formati-py7q2g>
2. Воронка продажів. URL: <https://mnews.agency/blog/voronka-prodazh/>
3. Live-ефіри та відеоконтент: ключові інструменти для залучення аудиторії в цифровому маркетингу. URL: <https://outsourcing.team/uk/blog/smm-blog/live-efiri-ta-videokontent-klyuchovi-instrumenti-dlya-zaluchennya-auditoriyi-v-tsifrovomu-marketingu/>
4. Опановуємо цифровий маркетинг. Комплексний підхід до залучення та зростання. URL: <https://www.ranktracker.com/uk/blog/mastering-digital-marketing-a-holistic-approach-to-engagement-and-growth/>

УДК 339.1:634.11

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА СПОЖИВАННЯ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ

Дарина Будник

kids.budnyk@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: канд. екон. наук. Сергій Полях

Споживання населенням продуктів харчування є невід'ємною частиною життя кожної особи, тому вивчення факторів, які впливають на цей процес, є важливим для розуміння та покращення здоров'я кожної людини та нації в цілому. На вибір продуктів харчування впливає багато факторів, значущим серед яких можна назвати рівень доходів населення. Населення, від чого залежить якість та асортимент продуктів споживання домогосподарств. В умовах сучасних викликів, перебої з виробництвом та постачанням продовольства, зниження купівельної спроможності населення виникає необхідність досліджень у оцінці якості продукції, яка надходить до споживачів.

Дослідження факторів впливу на споживання продуктів харчування присвячено досить багато праць вітчизняних науковців. Серед дослідників слід відмітити внесок Савченко Т.В., Сало І.А., Мудрака Р.П., Одінцева М.М., Загурського О.М., Сегеди С.А., Черевка О.В. та ін.

Для більш детального аналізу розглянемо фактори, що впливають на обсяг та структуру споживання харчових продуктів в Україні та проведемо їх бальну оцінку згідно проведеного опитування серед населення різних вікових категорій., див. табл.1,

Таблиця 1

Класифікація факторів, що впливають на структуру споживання продуктів харчування

Група	Фактори впливу	Оцінка факторів впливу
Економічні	Рівень сукупних доходів домогосподарств	3
	Рівень сукупних витрат домогосподарств	5
	Рівень і співвідношення цін на продукти харчування	4
	Рівень витрат на обов'язкові платежі (комунальні послуги)	4
Соціально-демографічні	Статеві-віковий склад населення	3
	Середній розмір домогосподарств	3
	Кількість працюючих осіб у домогосподарстві	4
Медично-біологічні	Медично-біологічні норми споживання	4
	Стан здоров'я населення	4
Соціально-психологічні	Культура споживання та спосіб життя населення	4
	Особисті уподобання споживачів	4
	Психологічний вплив ЗМІ (про здоровий образ життя)	2

Джерело: сформовано автором за даними [1].

Під час опитування респондентам було запропоновано оцінити дані фактори за п'ятибальною шкалою, де 5-балів - показник має вагоме значення, 1 – незначний вплив.

Результати такого опитування показали, що найбільш вагомим фактором впливу на споживання продуктів харчування є рівень сукупних витрат домогосподарств. Охарактеризуємо кожну групу з наведених факторів. Економічні фактори:

Розглянемо детально кожен з економічних факторів:

- рівень сукупних доходів домогосподарств є одним з найважливіших, адже він визначає купівельну спроможність населення. Зростання доходів призводить до збільшення споживання продуктів харчування, особливо дорогих та якісних;
- рівень сукупних витрат домогосподарств свідчить про те, що крім доходів, важливим є й те, як люди розподіляють свої витрати. Наприклад, якщо значна частина витрат йде на житло, комунальні послуги та транспорт, то на їжу залишається менше коштів;
- рівень і співвідношення цін на продукти харчування, адже ціни на продукти харчування суттєво впливають на те, що люди купують. Зростання цін на певні продукти може призвести до їх заміни на дешевші аналоги;
- рівень витрат на обов'язкові платежі (комунальні послуги) також впливають на структуру споживання продуктів харчування. Зростання цих витрат може призвести до скорочення витрат на їжу.

Серед соціально-демографічних факторів впливу слід відмітити:

- статеві-віковий склад населення, оскільки різні вікові групи та статі мають різні потреби в харчуванні. Наприклад, дітям та людям похилого віку потрібна їжа, збагачена певними поживними речовинами, а спортсменам - їжа з високим вмістом білка;
- середній розмір домогосподарств, адже у більших домогосподарствах, як правило, споживається більше продуктів харчування, адже потрібно годувати більше людей;
- кількість працюючих осіб у домогосподарстві, якщо в домогосподарстві багато працюючих людей, то у них менше часу на приготування їжі, тому вони частіше купують готову їжу або харчуються в кафе та ресторанах.

Одним із важливих факторів впливу на структуру споживання продуктів харчування є медично-біологічні показники які є важливими для розуміння того, як вибір і споживання продуктів харчування впливає на загальний стан здоров'я населення., зокрема:

- медично-біологічні норми споживання вказують на рекомендовані кількості і склад продуктів харчування, які потрібні для забезпечення здорового життя і правильного фізіологічного розвитку. Дотримання медично-біологічних норм споживання сприяє підтримці здоров'я, оптимізації роботи організму і профілактиці хронічних захворювань;
- стан здоров'я населення вказує на загальний стан здоров'я населення, включаючи показники здоров'я, частоту захворювань, середній вік життя, рівень смертності від різних захворювань тощо. Стан здоров'я населення може впливати на вибір продуктів харчування та їхнє споживання;

Соціально-психологічні фактори формують усвідомлення, уподобання та звички споживачів щодо споживання продуктів харчування, визначають їхній вибір, споживання та сприйняття продуктів, а також взаємодіють з іншими економічними, культурними та особистісними факторами та відображають:

- культуру споживання та спосіб життя населення. Наприклад, люди, які ведуть активний спосіб життя, потребують більше калорій, ніж ті, хто веде малорухливий спосіб життя;
- особисті уподобання споживачів;
- психологічний вплив ЗМІ (про здоровий образ життя): ЗМІ можуть впливати на те, що люди їдять, пропагуючи здоровий образ життя та певні продукти харчування.

Оцінка впливу факторів дає змогу зрозуміти, який з факторів має найбільший вплив на споживання продуктів. За даним оцінюванням можна проаналізувати на які фактори слід звернути увагу та доопрацювати їх.

Наступним етапом є розгляд одного з економічних факторів впливу, який має

найбільшу оцінку впливу серед інших – це рівень сукупних витрат домогосподарств, складові якого наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Структура сукупних витрат домогосподарств (%)

Статті витрат	Роки		
	2019	2020	2021
Споживчі сукупні витрати, в тому числі:	91,3	91,4	91,3
продукти харчування та безалкогольні напої	46,6	48,1	45,9
алкогольні напої, тютюнові вироби	3,2	3,5	3,0
непродовольчі товари та послуги	41,5	39,8	42,4
житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива	14,6	14,4	15,2
предмети домашнього вжитку, побутова техніка та поточне утримання житла	1,8	2,2	2,2

Джерело: сформовано автором за даними [2]

За даними таблиці можна побачити що споживчі витрати протягом 2019-2021 років становили в середньому 91,3% від загальних витрат домогосподарств. Продукти харчування та безалкогольні напої займали найбільшу частку в структурі споживчих витрат, їх частка трохи коливалась, але в середньому становила 46,8%. Алкогольні напої та тютюнові вироби їхня частка також трохи змінювалась, але в середньому становила 3,2%. Непродовольчі товари та послуги: займали 41,3% в структурі споживчих витрат. Житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива їхня частка протягом 2019-2021 років трохи зросла і в середньому становила 14,7%. Предмети домашнього вжитку, побутова техніка та поточне утримання житла їхня частка також трохи зросла і в середньому становила 2,0%. Урахування цих факторів дозволяє державам розробляти програми і заходи, спрямовані на підвищення доступності та якості харчових продуктів, вдосконалення харчової культури, а також забезпечення сталого розвитку сільського господарства та харчової промисловості. Структура споживання продуктів харчування є складним результатом взаємодії різних економічних, соціокультурних та демографічних чинників, і розуміння цих факторів є важливим для розробки ефективних стратегій управління харчовими ресурсами і забезпечення продовольчої безпеки.

На сьогоднішній день в Україні найбільш вагомим фактором впливу на споживання продуктів харчування є військовий стан. Основні ризики зміни цього фактору [3] :

- збільшення цін на продукти харчування. Причиною цього є збільшення собівартості сільськогосподарського виробництва внаслідок суттєвого підвищення цін на пально-мастильні матеріали та добрива, зростання витрат на зберігання продуктів харчування, жорсткі енергетичні обмеження і відсутність стабільного електропостачання господарюючих суб'єктів;
- погіршення якості раціону харчування населення України: Причиною цього є нестабільне отримання доходів споживачами;
- локальний дефіцит продуктів харчування, спричинений проблемним забезпеченням через неможливість стабільно постачати продукти харчування до населених пунктів, які перебувають у зоні бойових дій.

Ці ризики може зменшити державна аграрна політика шляхом збільшення виробництва сільськогосподарської продукції, пошуку і створення нових або тимчасових об'єктів для зберігання та переробки продукції, залучення всіх можливостей державного і приватного секторів для постачання продуктів харчування в місця їх збуту.

Отже, на споживання населенням продуктів харчування впливає багато факторів, серед яких економічні, соціально-демографічні, медично-біологічні, соціально-психологічні, загальна оцінка яких дозволяє визначити ключові аспекти, на які слід звернути увагу при оптимізації споживання продуктів харчування та покращення харчової безпеки. На

сьогоднішній день, в Україні найбільш вагомими ризиками для споживання продуктів харчування є збільшення цін на продукти через високі витрати на виробництво та енергетичні обмеження, погіршення якості харчування через нестабільні доходи населення та локальний дефіцит продуктів через проблемне забезпечення в зонах бойових дій. Для зменшення цих ризиків необхідна ефективна державна аграрна політика, спрямована на підтримку виробництва, зберігання та постачання продуктів харчування.

Список використаних джерел

- 1) Савченко Т.В. Фактори впливу на структуру споживання продуктів харчування населенням України. *Економіка і суспільство*. 2016. № 5. С. 304-310. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/5_ukr/55.pdf
- 2) Структура сукупних витрат домогосподарств. Державна служба статистики України: URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/virdg.htm
- 3) Стан продовольчого забезпечення України під час війни. *Національний інститут стратегічних досліджень*. 2023. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/stan-prodovolchoho-zabezpechennya-ukrayiny-pid-chas-viyny>

УДК 339.37

УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Олександр Вербівський
cfif2004-2017cfif@ukr.net

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна
Науковий керівник: д-р. екон. наук, доцент Надія Азьмук

Управління збутовою діяльністю підприємства в умовах посиленої конкуренції на ринках збуту, зростання витрат пов'язаних зі збутом і просуванням товарів, збільшення вимог споживачів до якості обслуговування для вітчизняних виробників, а також умови воєнного стану та агресивна поведінка РФ щодо України, є одними з найважливіших викликів для сучасного бізнесу. Ефективність збутової діяльності визначається результатами всього підприємства. Для виробничого підприємства ключовим елементом реалізації є належна організація системи збуту, що включає в себе логістичні та транспортні компоненти. Успішність підприємства в цілому залежить від правильного вибору каналів збуту продукції, рівня автоматизації системи збуту та взаємодії транспортно-логістичних елементів.

У зв'язку з вищезазначеним, управління збутовою діяльністю розглядається з різних перспектив, проте найчастіше вона аналізується з точки зору класичного підходу, що охоплює процеси планування, організації, мотивації та контролю у сфері збуту компанії, спрямованих на формування та досягнення цілей продажів. Управління збутовою діяльністю представляє собою управлінську ініціативу, спрямовану на досягнення корпоративних цілей, пов'язаних з створенням попиту на товари та послуги виробника (продавця) і їх реалізацією за допомогою стимулювання певного попиту [3].

Наукові підходи до визначення сутності збутової діяльності полягають у розгляді діяльності підприємства щодо організації:

- торгової діяльності, включаючи організацію продажу товарів, їх доставку споживачеві та післяпродажне обслуговування, а також ефективний розподіл продукції через оптимальні канали розподілу;
- маркетингової діяльності, яка включає систему формування попиту, стимулювання збуту, організацію товарного обміну та забезпечення ефективності реалізації продукції.

Згідно з аналізом наукових підходів до функціонального наповнення збуту, можна ідентифікувати три основні функції, що виконуються під час збутової діяльності:

1. Маркетинг, який охоплює аналіз ринку, дистрибуцію та прямі продажі;
2. Логістика, відповідальна за фізичний розподіл (переміщення) продукції;
3. Організаційно-управлінська, яка забезпечує мотивацію та контроль збутової діяльності, організовує процес продажу;

Також важливо враховувати інші функції, які є значущими для підприємства.

Окрім цього, при плануванні збутової діяльності важливо визначити основні фактори, що впливають на неї, для аналізу їх можливого впливу у майбутньому. Фактори, що впливають на реалізацію продукції відображені в табл 1.

Таблиця 1

Фактори, що впливають на реалізацію продукції

Фактори що впливають на реалізацію продукції	
Позиція підприємства на ринку	Позиція підприємства на ринку
Сезонність продажів	Сезонність продажів
Ціноутворення	Ціноутворення
Клієнти	Клієнти
Персонал	Персонал
Рівень реклами та інших заходів стимулювання збуту	Рівень реклами та інших заходів стимулювання збуту

Розглянемо детальніше. Позиція підприємства на ринку включає імідж компанії, фінансування збутової діяльності та структуру товарного асортименту, а також враховується сезонність продажів, зміни обсягу продажів залежно від пори року, та ціноутворення, яке є важливим фактором конкурентоспроможності та фінансової стабільності підприємства. Крім того, враховується клієнтська база, яка є різноманітною, включаючи кінцевих покупців, дилерів або посередників, та якість персоналу, що визначається якістю підготовки працівників відділу продажів, маркетингу та логістики. Оподаткування також впливає на функціонування підприємства, вимагаючи оптимізації податкового навантаження. Додатково, враховуються ринкові фактори, такі як місткість ринку, тип ринку та кількість посередників у руху товару від виробника до споживача, а також рівень реклами та інших заходів стимулювання збуту, вплив конкуренції та якість продукції, яка визначається як ключовий показник діяльності підприємства та його конкурентоспроможності. Умови та порядок оплати також враховуються, оскільки вони визначають зручність і гнучкість у оформленні платежів. Нарешті, логістика постачання охоплює вибір умов замовлення та доставки з використанням оптимальних транспортних схем [2].

Враховуючи наведений перелік факторів, що впливають на реалізацію продукції, варто наголосити на складності управління збутовою діяльністю підприємства. Ця складність обумовлена потребою узгодження та виконання широкого спектру заходів, таких як: аналіз збутової діяльності в цілому та кожного каналу збуту, прогнозування ринкової ситуації, планування обсягів продажів за основним асортиментом, складання фінансового плану здійснення збутових операцій, вибір каналів збуту, встановлення норм продажу для кожного посередника, визначення географічних меж ринків збуту, прогнозування продажів на нових ринках, аналіз витрат на підтримку обороту для кожного каналу збуту та інше. Отже, управління збутовою діяльністю відображає рівень досягнення маркетингових, логістичних і фінансових цілей підприємства і є складною і багатогранною діяльністю, що потребує систематичного аналізу і постійного вдосконалення.

При оцінці збутової діяльності підприємства потрібно розглянути різні методи дослідження. Серед таких методів можна використати: метод порівняння, що включає аналіз даних за різні періоди часу, порівняння з конкурентами та лідерами ринку; формально-логічний метод, який використовується шляхом опитування галузевих експертів і торговельних спеціалістів для визначення тенденцій розвитку ринку, конкурентних переваг та недоліків; економіко-математичні методи, що ґрунтуються на побудові математичних

моделей для аналізу стану та перспектив розвитку ринку.

Управління збутовою діяльністю підприємства ґрунтується на наступних принципах: вивчення потреб споживачів, обслуговування різних категорій клієнтів, укладання договорів з зацікавленими сторонами, формування запасів готової продукції, організація транспортування продукції; диференціація споживачів залежно від обсягів споживання (роздріб, оптова торгівля); використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, спеціалізованого програмного забезпечення (CRM, ERP та ін.), автоматизованих систем управління (АСУ) та економіко-математичних методів [1].

Запропоновані методи використовуються при розробці показників оцінки ефективності збутової діяльності підприємств. Оцінка загальної продуктивності збутової діяльності вимагає встановлення критеріїв та створення системи метрик. Таким чином, при аналізі ефективності збутової діяльності необхідно враховувати не лише основні показники, а й інші, які можуть бути важливими для оцінки успішності продажів компанії.

На першому етапі розрахунку ефективності маркетингової системи збуту важливо провести аналіз загальної ефективності та впливу окремих факторів на маркетингове середовище. На другому етапі необхідно дотримуватися принципів взаємозв'язку критеріїв та системи показників, враховувати ефективність використання ресурсів та здійснювати стимулюючі функції з метою визначення резервів зростання ефективності продажів.

Важливість управління збутовою діяльністю компанії підкреслюється фактом, що успіх всіх попередніх зусиль компанії у кінцевому підсумку визначається у сфері збуту. Адаптація збутової мережі до потреб покупців дозволяє виробнику активно впливати на споживачів та вигравати у конкуренції. Таким чином, проведене дослідження теоретичних аспектів управління збутовою діяльністю компанії та оцінка її ефективності підтвердили складність і важливість цієї сфери для компаній в цілому.

Список використаних джерел

1. Баланюк І. Ф., Іваночко Н. В. Управління збутовою діяльністю підприємств: сутність та значення. Інноваційна економіка. Тернопіль, 2015. №2. С. 165-169.
2. Бойчик І. М. Економіка підприємства. Навч. посіб. К.: Атіка, 2014. 480 с.
3. Жмак Б.В., Невмержицька С. М. Управління збутовою діяльністю підприємства. Сучасні виклики і актуальні проблеми науки, освіти та виробництва: міжгалузеві диспути: матеріали XVII міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Київ, 11 червня 2021 р.). Київ, 2021. С. 28-32.

УДК 58.6:336.7]:004.771

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

Ольга Волощенко

olha.voloshchenko@gmail.com

*викладач кафедри економіки, управління та адміністрування
Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна*

Соціальні мережі стали невід'ємною частиною сучасного бізнесу, створюючи платформу для активного обміну інформацією про товари та послуги, а також підтримуючи зв'язок між споживачами та брендами. Вплив на успіх такої взаємодії мають численні чинники, включаючи цінову стратегію, якість продукції та ефективність розподілу товарів.

Сучасні мережі є живими системами, основою яких є обмін інформацією. Вони порівнянні з традиційними медіа у своїй ролі в сучасному соціально-культурному контексті, виконуючи аналогічні комунікативні функції [1, с. 60]. Розуміння терміна «соціальні мережі» варіюється залежно від джерела. Зокрема, на думку З.М. Андрушкевича соціальні мережі «це

платформи, на яких користувач, серед інших можливостей, може взаємодіяти та спілкуватися з іншими користувачами, завантажувати мультимедійний вміст, створювати рекламу, знаходити можливості для працевлаштування та розширювати своє соціальне коло» [2]. Група авторів [3] зазначають, що «соціальна мережа – це відносно стабільна система відносин, яка формується між окремими членами суспільства завдяки взаємодії. Соціальні мережі фокусуються на створенні та підтримці зв'язків між особами, і ця взаємодія має потенціал впливати на поведінку людей у суспільстві. Я. Тьорок, Й. Мурасе, ХХ. Джо, Я. Кертес, К. Каскі розглядають соціальну мережу як комунікативний канал через інструменти Big Data [4]. У контексті наукових досліджень нашої країни, соціальні мережі вважаються відносно новим засобом комунікації, але вже активно використовуються в комерційній діяльності та щоденному житті.

Соціальні мережі слугують ключовим засобом для маркетингу, створення іміджу бренду та залучення клієнтів у бізнесі. Вони надають можливість фірмам взаємодіяти з клієнтами, зміцнювати онлайн-присутність та рекламувати продукцію чи послуги. Соціальні платформи мають значний вплив на вибір споживачів, а відгуки та міркування користувачів часто впливають на рішення інших щодо покупок [5, с. 230]. Останнім часом просування товарів і послуг за допомогою соціальних мереж стає все більш ефективним способом. З.М. Андрушкевич виділяє наступні напрями маркетингу у соціальних мережах:

- інтернет-магазини як ефективний канал продажів;
- підвищення репутації бренду та лояльності цільової аудиторії [2].

Зазначений перелік можемо доповнити наступними напрямками маркетингу у соціальних мережах, зокрема:

- контент-маркетинг, що включає розробку та розповсюдження цільового контенту для підвищення свідомості про бренд, використання блогів, статей, інфографіки, відео та іншого контенту для просування продуктів або послуг;
- емоційний маркетинг, який направлений на створення зв'язку з аудиторією та збільшення впізнаваності бренду через використання відчуттів, емоцій та особистих історій;
- кроссплатформений маркетинг, який передбачає інтеграцію стратегій маркетингу в соціальних мережах з іншими каналами маркетингу, такими як електронна пошта, блоги, веб-сайти тощо.

При створенні ефективної комунікаційної стратегії за допомогою соціальних мереж, компаніям слід усвідомлювати, що їхні підписники не тільки слідкують за новинами самої компанії, але й за активністю інших фірм у галузі, які пропонують різноманітні акції та привабливі пропозиції. Такі тенденції виявляються, коли компанії активно та якісно управляють своїми сторінками, використовуючи їх як засіб для залучення та спілкування з клієнтами, а не просто як рекламний канал [6, с. 111]. Особливості соціальних мереж та їх можливості для бізнесу наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Особливості соцмереж та їх можливості для бізнесу

Показники	Facebook	Instagram	TikTok	Twitter	LinkedIn	YouTube	Pinterest
Кількість активних користувачів на місяць,	2,91 млрд	2 млрд	1 млрд	211 млн	810 млн	2+млрд	431 млн
Найбільша вікова група, роки	25-34	25-34/ 18-24	10-19	18-29	25-34	15-35	50-64/ 30-49/ 18-29
% охоплення користувачів за віковою групою	31,5	31,2/31	25	42	58,4	найвище охоплення	38/34/ 32
Стать, %: – жінки	43	48,4	61	38,4	48	46	78
– чоловіки	57	51,8	39	61,6	52	54	22
Час, витрачений за день, хв.	33	29	89	31		30 за сеанс	14,2

Джерело: сформовано автором за даними [7].

Для просування бізнесу через соціальні мережі недостатньо обрати майданчик, а необхідно також провести аналіз конкурентів, опрацювати та сегментувати свою аудиторію,

продумати контент та забезпечити наповнення сторінки та постійне поповнення контенту з метою утримання уваги цільової аудиторії до бренду, товару, реклами компанії тощо.

Незважаючи на широке використання соціальних мереж як комунікаційних інструментів просування бізнесу необхідно детально вивчати взаємодію аудиторії з контентом, враховуючи особливості кожної платформи. Не менш важливим є оцінювання результативності застосування різних видів контенту, як-от текст, зображення та відео, а також встановлення найкращих часових та контекстних умов для забезпечення найбільшої залучення аудиторії. Незважаючи на ці переваги, важливо підходити до стратегії просування в соціальних мережах комплексно і професійно, враховуючи особливості своєї аудиторії, бренду та ринкових умов. При прийнятті управлінських рішень важливо не перебільшувати значущість соціальних мереж в контексті загальної маркетингової стратегії, адже ефективне просування вимагає інтегрованого підходу, включаючи також SEO, контент-маркетинг, email-маркетинг та інші канали комунікації з клієнтами.

Список використаних джерел

1. Ning Li, Qian Huang, Xiaoyu Ge, Miao He, Shuqin Cui, Penglin Huang, Shuairan Li, and Sai-Fu Fung. *A Review of the Research Progress of Social Network Structure. Complexity. Special Issue*. 2021. URL: <http://surl.li/sdrki> (дата звернення 25.03.2024).
2. Андрушкевич З. М. Інтернет-маркетинг у соціальних мережах. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2014. № 2. Т. 1. С. 163–166.
3. Zhao H., Huang Y. & Wang Z. Comparison between social media and social networks in marketing research: a bibliometric view. *Nankai Business Review International*. 2021. Vol. 12 №. 1, pp. 122-151.
4. Зуйковська А. А. Соціальні мережі як середовище політичної комунікації. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф.Кураса НАН України*. 2014. № 1(69). С. 272–280.
5. Максишко Д.К., Боровик Т.М. Роль соціальних мереж як комунікативного каналу. *Підприємництво та бізнес адміністрування у воєнний час: сучасні виклики, тренди та трансформації*: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. Харків: ХНУМГ імені О.М. Бекетова. 2024. С. 227-230.
6. Підмогильна Н.В., Старков В.І. Соціальні мережі як інструмент маркетингу промислового підприємства. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2023. Том 34 (73) № 2 Ч. 2. С. 106-116.
7. Які соціальні мережі використовувати бізнесу? *Shapoval.Agency* URL: <https://shapoval.agency/yaki-soczialni-merezhi-vykorystovuvaty-biznesu/> (дата звернення 25.03.2024).

УДК 339.923

СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Яна Гойнош

yana0609111@gmail.com

Закарпатський лісотехнічний фаховий коледж, м. Хуст, Закарпатська обл.

Науковий керівник: викладач-методист Мар'яна Човганин

Умови воєнного стану створюють низку викликів для бізнесу та маркетингу, але одночасно вони також відкривають деякі можливості для тих, хто готовий адаптуватися до нових умов.

Одним з головних викликів є нестабільність економічної ситуації, яка може призвести до зниження споживчого попиту, змін у вартості валют та скорочення інвестицій. Це може призвести до скорочення бюджетів на маркетинг та рекламу, що ускладнює просування продуктів та послуг на

ринку.

Іншим викликом є збільшення конкуренції через скорочення ринку і зміни в споживчих пріоритетах. Компаніям доведеться бути особливо винахідливими, щоб привернути увагу споживачів та зберегти свої позиції на ринку.

Проте, в умовах воєнного стану можуть виникнути і нові можливості. Наприклад, попит на деякі товари та послуги може зрости, такі як товари першої необхідності або послуги, пов'язані з безпекою та захистом. Крім того, компанії можуть виявити нові сегменти ринку або знайти способи вдосконалення своїх продуктів і послуг, щоб вони краще відповідали потребам споживачів у нових умовах.

Загалом, хоча воєнний стан створює складнощі для бізнесу і маркетингу, він також може спонукати до інновацій та відкривати нові шляхи для розвитку і успіху.



Рис 1. Маркетингове середовище підприємства

Під час воєнного стану споживча поведінка може зазнавати значних змін під впливом різних факторів, таких як економічна нестабільність, страх та неспокій. Ось деякі ключові аспекти, які варто враховувати в аналізі змін у споживчому поведінці:

- зміни в пріоритетах витрат: умови воєнного стану можуть призвести до перегляду пріоритетів витрат споживачів. Наприклад, вони можуть звертати більше уваги на основні потреби, такі як харчування, житло та безпека, а зменшувати витрати на розваги або розкішні товари;

- зміни в психологічному стані споживачів: воєнний стан може спричиняти великий рівень стресу, тривоги та неспокою серед споживачів. Це може впливати на їхню рішучість при здійсненні покупок, змінюючи їхню поведінку відносно ризику та обережності;

- пошук нових способів забезпечення безпеки: споживачі можуть виявляти більший інтерес до товарів та послуг, які допомагають забезпечити їхню безпеку та захист в умовах воєнного стану. Це може включати товари для виживання, захисне спорядження або послуги з безпеки;

- зміни відношення до брендів: умови кризи можуть змінювати споживчі вподобання щодо брендів. Споживачі можуть бути більш схильні віддавати перевагу брендам, які сприяють соціально відповідальним ініціативам або показують солідарність з потерпілими від конфлікту;

- зміни в каналах збуту та взаємодії з клієнтами: в умовах воєнного стану може виникати необхідність перегляду та адаптації каналів збуту і способів взаємодії з клієнтами. Наприклад, збільшена важливість онлайн-продажів та дистанційного обслуговування.

Умови воєнного стану створюють особливі виклики і для комунікаційних стратегій компаній. Адаптація до цих умов вимагає ретельного розгляду та змін у способах взаємодії з аудиторією. Ось деякі стратегії комунікації, які можуть бути ефективними в умовах воєнного стану:

- соціальні медіа: використання соціальних медіа може бути важливим каналом комунікації для швидкого реагування на події та поширення актуальної інформації. Компанії можуть використовувати платформи, такі як Twitter, Facebook, Instagram тощо, для надання важливих оголошень, підтримки клієнтів та взаємодії з аудиторією;
- радіо і телебачення: в умовах воєнного стану традиційні медіа, такі як радіо і телебачення, можуть знову стати ключовими каналами комунікації. Рекламні блоки на радіостанціях або телевізійних каналах можуть допомогти вирізнитися серед конкурентів та надати важливу інформацію широкій аудиторії;
- електронна пошта і SMS: використання електронної пошти та SMS-повідомлень може бути ефективним способом надсилання нагадувань, акцій та важливих оголошень прямо до клієнтів. Це може бути особливо корисним для повідомлення про важливі зміни або заходи, які впливають на їхні покупки або безпеку;
- публічні виступи та прес-конференції: важливість прямої взаємодії з громадськістю під час воєнного стану не може бути недооціненою. Публічні виступи керівництва компанії та участь у прес-конференціях можуть допомогти в управлінні сподіваннями і підтримці довіри споживачів;
- геотаргетинг і геофенсінг: використання технологій геотаргетингу і геофенсінгу може допомогти компаніям надавати географічно цільовану інформацію і пропозиції, спрямовані на споживачів, які знаходяться в зоні впливу конфлікту або його наслідків.



Рис. 2. Структура комунікаційної стратегії

Деякі компанії демонструють виняткову здатність адаптувати свої маркетингові стратегії до умов воєнного стану, що дозволяє їм ефективно функціонувати та навіть розвиватися в цих умовах. Ось кілька прикладів успішних стратегій:

- компанія «Uber» у місті з конфліктом: умови воєнного стану можуть суттєво обмежити можливості транспортних компаній, але «Uber» зумів адаптуватися, пропонуючи спеціальні послуги для забезпечення безпеки своїх користувачів. Наприклад, вони запровадили систему автоматичного повідомлення «Швидкий вихід», яка дозволяє швидко оповіщати про можливі загрози і отримувати допомогу;
- мережа супермаркетів «Walmart»: умови воєнного стану можуть призвести до збільшення попиту на товари першої необхідності. «Walmart» успішно адаптувався до цього, акцентуючи увагу на запасах товарів, необхідних для виживання, таких як продукти харчування, вода, ліки тощо. Вони також забезпечили ретельний контроль якості та безпеки продуктів;
- компанія «Airbnb» у зонах конфлікту: «Airbnb» розробив спеціальну програму для надання безкоштовного житла тим, хто опинився у зоні конфлікту або військової дії. Ця

програма не лише допомагає тим, хто потребує житла, але і позитивно впливає на репутацію компанії, показуючи її соціальну відповідальність;

- компанія «Procter & Gamble»: умови воєнного стану можуть збільшити попит на засоби особистої гігієни та чистоти. «Procter & Gamble» активно використовував маркетингові кампанії, спрямовані на підвищення свідомості про свої товари в цих категоріях і підтримку їхнього попиту.

Прогнозування стратегій маркетингу в умовах тривалого воєнного стану та після його завершення важливо для успішного функціонування бізнесу. Ось деякі прогнози і рекомендації:

- підтримка гнучкості: ключовою складовою ефективної стратегії маркетингу в умовах воєнного стану є гнучкість. Компанії повинні бути готовими швидко адаптуватися до змін у споживчому попиті, економіці та політичній ситуації;

- зосередження на стабільності і безпеці: під час тривалого воєнного стану споживачі можуть шукати товари і послуги, які гарантують стабільність та безпеку. Компанії повинні акцентувати увагу на цих цінностях у своїх маркетингових стратегіях;

- розширення онлайн-присутності: з урахуванням обмежень на фізичну активність та збільшення важливості безпеки, компанії повинні зосередитися на розвитку своєї онлайн-присутності. Це включає удосконалення веб-сайтів, розвиток мобільних додатків та ефективну використання соціальних медіа;

- збереження співробітників та клієнтів: компанії повинні приділяти особливу увагу збереженню і підтримці своїх співробітників та клієнтів під час воєнного стану. Це може включати програми підтримки, знижки або спеціальні пропозиції;

- адаптація до післявоєнного періоду: після завершення воєнного стану компанії повинні готуватися до нових викликів і можливостей. Вони повинні швидко переглянути свої стратегії, щоб адаптувати їх до нових ринкових умов та змін в споживчому попиті.

Підсумовуючи, воєнний стан має значний вплив на маркетингові стратегії компаній, примушуючи їх адаптуватися до нових умов і викликів. Однак в той же час ці умови відкривають нові можливості для тих, хто готовий прийняти виклики і знайти інноваційні рішення. Деякі ключові висновки включають:

- необхідність гнучкості та швидкого реагування: компанії повинні мати гнучкі стратегії, щоб адаптуватися до змін у споживчому попиті, економічній ситуації та політичному кліматі. Швидке реагування на зміни допоможе зберегти конкурентні переваги;

- безпека та стабільність як пріоритети: умови воєнного стану створюють збільшений попит на товари і послуги, які гарантують безпеку і стабільність. Компанії, які зосереджуються на цих цінностях у своїх маркетингових стратегіях, можуть мати перевагу на ринку;

- зосередження на онлайн-присутності: важливість онлайн-присутності зростає в умовах воєнного стану, коли фізичні контакти обмежені. Компанії повинні активно розвивати свої веб-сайти, мобільні додатки та соціальні медіа для збереження зв'язку зі своєю аудиторією;

- соціальна відповідальність як конкурентна перевага: компанії, які демонструють соціальну відповідальність і підтримку громади в умовах кризи, можуть підвищити свою репутацію та здобути лояльність споживачів;

- готовність до змін після кризи: після завершення воєнного стану компанії повинні бути готовими до нових викликів і можливостей, які виникнуть на ринку. Вони повинні швидко переглянути свої стратегії, щоб адаптувати їх до нових реалій та потреб споживачів.

Отже, компанії, які зможуть адаптуватися до умов воєнного стану, використовуючи гнучкість, інновації та соціальну відповідальність, матимуть більше шансів на успіх у цих складних часах.

Список використаних джерел

1. Щербань В.М. Маркетинг: Навчальний посібник. К: Центр навчальної літератури, 2006. 208с.

2. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Інтернет-маркетинг: Навчальний посібник. Центр навчальної літератури, 2008. 184 с.
3. Ангел Є. Виробництво відновлюється, але малому бізнесу досі важко. URL: <https://zn.ua/ukr/business/virobnitstvo-vidnovljujetsja-ale-malomu-biznesu>.
4. Майже половину нових малих бізнесів під час війни відкривають жінки – Opendatabot. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/business/news/332971>.
5. Як влада допомагає відновитися та розвиватися підприємцям під час війни. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/markets/diya-biznes-dopomagaye-malomu-ta>.
6. Яценко Г. Шляхи підтримки малого та середнього бізнесу: світовий досвід для України. URL: https://lb.ua/blog/hanna_yatsenko/522440.

УДК 339.1-051

МАРКЕТИНГ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ТА ОНЛАЙН-КАНАЛАХ

Михайло Жолудь

mzholud@ifkep.ukr.education

*Ірпінський фаховий коледж економіки та права, м. Ірпінь, Київська обл., Україна
Науковий керівник: Руслана Васека, викладач*

Постановка проблеми. В сучасному світі існує незліченна кількість факторів впливу на маркетинг, одними з них є соціальні мережі та онлайн-канали, тому важливе дослідження впливу рекламних заходів у соціальних мережах та онлайн-каналах на цільову аудиторію включає оцінку ефективності за такими показниками, як конверсія, приваблення та взаємодія з аудиторією. Аналіз сприйняття бренду споживачами охоплює дослідження репутації бренду, ставлення споживачів до продукту або послуги та взаємодії з ними через коментарі та відгуки. Дослідження залученості в соціальні мережі включає аналіз ефективності контенту, спонсорських постів і розвитку акаунтів. Вимірювання впливу онлайн-каналів на рішення про покупку і поведінку споживачів включає аналіз відгуків, рекомендацій і рекламних кампаній у процесі прийняття рішення про покупку.

Сьогодні маркетинг та інформаційні технології тісно співіснують один з одним. Це пов'язано з тим, що сучасні технології дозволяють інформації долати будь-які відстані за короткий час. Сучасні технології також дають змогу швидко і точно порівнювати дані з різних ринків по всьому світу.

Маркетинг – це комплексна система, спрямована на організацію виробництва і продажу товарів для задоволення конкретних потреб споживачів та отримання прибутку. В її основі лежать маркетингові дослідження і прогнозування, вивчення внутрішнього і зовнішнього середовища компаній-експортерів, розробка стратегії й тактики. При цьому інформаційні технології значно полегшують процес отримання найбільш точних результатів. Маркетингові стратегії – важливий елемент успіху будь-якого бізнесу, оскільки вони допомагають привернути увагу цільової аудиторії, розширити клієнтську базу і збільшити прибуток [1, с. 3].

Цифровий маркетинг ширша категорія, ніж інтернет-маркетинг, і є частиною цифрового маркетингу. Основна відмінність полягає в тому, що цифровий маркетинг не обов'язково використовує інтернет як єдине джерело інформації. Якщо інтернет-маркетинг використовує лише один канал - інтернет, то цифровий маркетинг залучати набагато більше каналів (мобільні пристрої, цифрове телебачення, інтерактивні екрани, POS-термінали тощо). Водночас поняття електронного маркетингу ширше, оскільки містити інтеграцію інтернет-маркетингу та цифрового маркетингу й охоплює обидва види маркетингу.

Електронний маркетинг - це процес, що охоплює соціальні та управлінські аспекти та спрямований на задоволення потреб споживачів в Інтернеті за умови використання

інформаційно-комунікаційних технологій для створення та обміну товарами й послугами. Електронний маркетинг (e-marketing) у взаємодії компанії та клієнта визначають як маркетингову діяльність, спрямовану на формування та підтримання довгострокових відносин із клієнтами, які є основними учасниками взаємодії. Ці відносини підтримуються за допомогою передових електронних технологій [2, с. 5].

Попри ці проблеми, Україна продовжує працювати над економічним розвитком, проводячи реформи, покращуючи інвестиційний клімат і залучаючи іноземний капітал. Війна негативно впливає на залучення іноземних інвестицій, оскільки іноземні інвестори зазвичай уникають вкладати кошти в країни з конфліктами або політичною нестабільністю. Це призводить до втрати потенційних джерел фінансування, що, своєю чергою, затримує економічний розвиток. Важливим чинником повоєнного відновлення України стала підтримка міжнародних партнерів, таких як Європейський Союз (ЄС) та Міжнародний валютний фонд (МВФ), які надали кредити та технічну допомогу. [3, ст. 15]

Онлайн-платформи, особливо соціальні мережі, є потужним каналом впливу на широку аудиторію, тому тут використовуються принципи маркетингу впливу. закордонні експерти, такі як Е. Келлер, Б. Фей і Дж. Бері, ідентифікують кілька типів лідерів думок:

- активісти, що беруть участь у політичних або соціальних подіях, благодійних акціях тощо;

- впливові блогери, які мають значну аудиторію у соціальних мережах;
- авторитетні особистості, яким довіряють;
- люди з широким спектром інтересів, які можуть бути експертами в різних галузях;
- трендсетери, що визначають модні тенденції та першовідкривачі в маркетингу.

Тому, бізнесам варто чітко розуміти цільову аудиторію та мету, яку вони прагнуть досягти. Вибір лідера думок повинен відповідати цільовій аудиторії, аудиторії цільового лідера думок [4, с. 166].

Сьогодні соціальні мережі стали основним інструментом комунікації мережевого суспільства й активно використовуються насамперед у системі маркетингових комунікацій. Савчук аналізує вплив інтернет-послуг на економічне зростання і розвиток і стверджує, що інтернет кардинально змінює традиційну парадигму бізнесу і стверджує, що в сучасних умовах її можна звести до таких явищ. [5, ст. 147]

Отже, маркетинг у соціальних мережах та онлайн-канали дійсно стають невіддільною (частиною/ознакою) частиною маркетингових стратегій для компаній будь-якого розміру. Сучасна аудиторія проводить все більше часу в Інтернеті, що робить його важливим каналом для роботи зі споживачами. Цифрові платформи дають змогу компаніям безпосередньо звертатися до цільової аудиторії та надають широкі можливості для взаємодії та залучення клієнтів. Однак успіх у цій сфері вимагає не тільки креативності, а й системного підходу, аналізу даних і постійного вдосконалення стратегій. Тільки так компанії зможуть досягти значних успіхів і зберегти свої конкурентні переваги в цифровому середовищі.

Список використаних джерел

1. Райко Д., Паймаш Г., Кролівець, І. Вплив інформаційних те на стратегії маркетингу: аналіз тенденцій і викликів. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-109>
2. Кримська. А. О., Балик. О., Клімова І. О. Цифрова трансформація у сфері маркетингу: нові підходи та можливості. *Академічні візії*. 2023. № 26. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/794>
3. Національна економіка та інфраструктурні проєкти: матер. II Всеукр. Наук.-практ. Семінару (м. Дніпро, 27 квітня 2023 року). URL: https://www.researchgate.net/publication/373606705_Sodo_rejtingovogo_ocinuvanna_rozvitku_kriticnoi_infrastrukturi_u_krainah_svit
4. Семененко В. Ю., Юрченко В. І., Скригун Н. П. Маркетингова діяльність в

соціальних мережах Facebook та Instagram. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. 2019. № 2 С. 164–168. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/handle/123456789/29659>

5. Суровцев О. О. Соціальний медіамакетинг як маркетингова комунікація підприємств під час виходу на зовнішні ринки *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. Вип. 9. С. 145-148. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2016_9_36

УДК 004.8:658.8(043)

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТУ РЕЧЕЙ В КОНТЕКСТІ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ

Таміла Залозна

lobunectamila@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Наразі двома найактуальнішими темами в техніці та бізнесі є Інтернет речей (Internet of things – IoT) та штучний інтелект (Artificial Intelligence – AI), що є вагомою причиною, чому підприємства повинні їх розуміти та почати використовувати. Дві технології можуть бути дуже симбіозними, тому важливо спланувати, як вони можуть підтримувати одна одну, щоб принести користь корпоративним користувачам. Особливо корисними ці технології вбачають при реалізації стратегій маркетингу.

Інтернет речей (надалі IoT) описує фізичні об'єкти з вбудованими датчиками, чіпами, виконавчими механізмами, які зв'язуються з обчислювальними системами через дротові або бездротові мережі, що дозволяє віддалено відстежувати чи контролювати фізичний світ. IoT – це мережа пристроїв, які сприймають умови реального світу, а потім ініціюють дії, щоб певним чином реагувати. Часто відповідь включає кроки, які впливають на реальний світ. Простим прикладом є датчик, який після активації вмикає деякі індикатори, але багато програм IoT вимагають складніших правил для зв'язку тригерів і елементів керування для керування процесами в режимі реального часу [4, с.390].

Обсяг глобального ринку Інтернету речей у 2021 році перевищив 300,3 мільярда доларів США, і очікується, що CAGR (Compound annual growth rate – сукупний середньорічний темп зростання) сягне 16,7% і становитиме понад 650,5 мільярда доларів США до кінця 2026 року. Основні фактори, що підживлюють ринок Інтернету речей, включають доступ до низьковартісних сенсорних пристроїв, технологій датчиків з низьким енергоспоживанням, можливість високошвидкісного підключення, збільшення впровадження хмарних обчислень та збільшення обробки даних і аналітики. Збільшення кількості ініціатив «розумного» міста, збільшення кількості підключених пристроїв для стимулювання зростання Інтернету речей і поява технологій 5G нададуть вигідні можливості для постачальників IoT [1].

Датчики є найважливішими компонентами пристроїв IoT. Вони допомагають генерувати інформацію про фізичну подію чи стан. Датчики можуть вимірювати все: від орієнтації, руху, світла, звуку, вологості та температури до біометричних даних, таких як артеріальний тиск і пульс. Очікується, що постійні інновації в сенсорних технологіях ще більше розширять можливості IoT. За останнє десятиліття вартість певних низькочастотних пасивних міток і датчиків радіочастотної ідентифікації (RFID) значно знизилася. Середня вартість датчиків знизилася з 1,30 доларів США до 0,38 доларів США за одиницю в 2020 році, тобто спостерігаємо новий технологічний прогрес [2].

У контексті маркетингу IoT представляє зміну парадигми, пропонуючи брендам інноваційні способи взаємодії зі споживачами. Розуміння впливу IoT на маркетингові стратегії має вирішальне значення для компаній, які прагнуть ефективно орієнтуватися на

цьому перетині технологій і залучення споживачів.

При розгляді екосистеми IoT варто сказати, що основою впливу на маркетинг є дані. Велика мережа взаємопов'язаних пристроїв забезпечує безпрецедентний потік інформації про споживачів, що дозволяє маркетологам отримати глибоке розуміння поведінки та вподобань клієнтів. Ці дані можуть стимулювати персоналізований маркетинг, який резонує з людьми на новому рівні. Компаніям потрібно звертати увагу на наступне: розумні пристрої вдома відстежують моделі використання, що дозволяє компаніям адаптувати свої рекламні кампанії. Технологія надає дані про здоров'я та активність, які бренди сфери велнес та спорту можуть використовувати для цільової реклами. До прикладу, підключені автомобілі пропонують автовиробникам дані в реальному часі про звички водіння для персоналізованих нагадувань про обслуговування або пропозицій страхування.

IoT полегшує взаємодію зі споживачами в реальному часі. Оскільки інтелектуальні пристрої можуть спілкуватися один з одним, маркетологи мають можливість доставляти своєчасні повідомлення, які актуальніші, ніж будь-коли раніше. Наприклад: холодильник, який відстежує споживання молока, може пропонувати купони для поповнення, коли запаси закінчуються тощо.

Здатність IoT забезпечувати масштабну персоналізацію зазнала революції в маркетингових стратегіях. Споживачі очікують, що бренди розумітимуть їхні потреби, а IoT дає змогу створювати персоналізований досвід, який підвищує лояльність до бренду та коефіцієнт конверсії.

Хоча IoT відкриває величезні можливості, він також пов'язаний із викликами, які маркетологи повинні враховувати: конфіденційність і безпека – відповідальне поводження з клієнтськими даними має першорядне значення; прозорість використання даних споживачів для зміцнення довіри; відповідність нормам, щоб уникнути юридичних пасток; - необхідність складних інструментів аналітики та досвіду для отримання корисної інформації з величезного обсягу даних, що генерується пристроями Інтернету речей; - стратегічну інтеграцію – інтеграція IoT у маркетингові стратегії потребує узгодження технології з маркетинговими цілями, гарантуючи, що ініціативи IoT покращують шлях клієнта.

Штучний інтелект (надалі ШІ) в цифровому маркетингу використовує такі можливості штучного інтелекту, як збір даних, обробка природної мови, машинне навчання та аналіз даних, щоб отримати інформацію про клієнтів і автоматизувати маркетингові завдання та рішення. Одним із найуспішніших і найвідоміших за ефективне використання штучного інтелекту є стрімінговий гігант Netflix, який використовує технологію для надання персоналізованих рекомендацій на основі вподобань і поведінки користувачів (рис. 1).

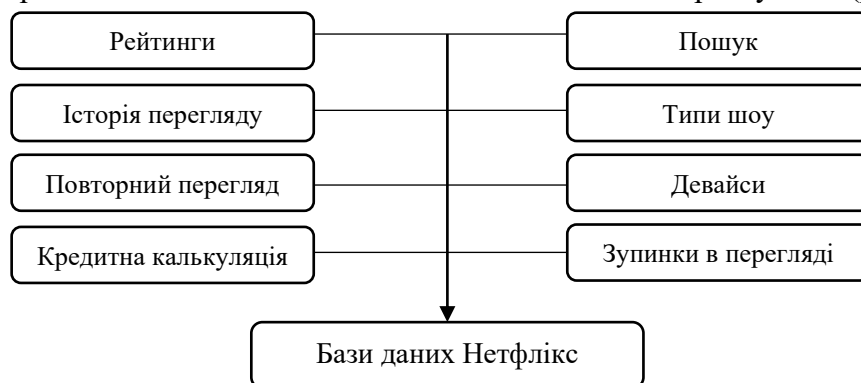


Рис. 1. Система рекомендацій Нетфлікс на основі інструментів штучного інтелекту [1]

Найбільше в маркетингу технологія штучного інтелекту застосовується у: створенні чат-ботів; рекомендаціях та створенні контенту; автоматизації; соціальних мережах; продажах [3, с. 39].

Штучний інтелект пропонує маркетологам чудові можливості:

- покращення персоналізації – клієнти отримують релевантний вміст, який може бути викликаний діями на сайті, рекламою чи повідомленням;
- потужності ШІ можна використовувати в багатьох цифрових каналах: для кампаній у соціальних мережах, для автоматизації завдань і процесів, а також для цифрової реклами;
- створення контенту для PPC-реклами або налаштування робочих процесів електронної пошти: дослідження ключових слів, ставки та націлювання, створення реклами, планування та розміщення реклами, прогнозного аналізу та виявлення шахрайства;
- створення контенту та іміджу – використання цих інструментів економить час і гроші, проте контент обов'язково корегувати, щоб він мав індивідуальність і відповідав голосу бренду. Згідно AI Marketing Benchmark Report 2023 вже 44% маркетологів використовують ШІ для генерування контенту;
- обслуговування та підтримка клієнтів – чат-боти на основі штучного інтелекту вже давно існують як спосіб спілкування з клієнтами та надання інформації їм. Коли люди хочуть миттєво отримати відповіді на прості запити або взаємодіяти з брендом, вони спочатку звертаються до чат-бота;
- пошукова оптимізація (Search Engine Optimization – SEO) – AI може автоматизувати й покращити дослідження ключових слів і оптимізацію вмісту шляхом аналізу поведінки користувачів, а також створення метатегів і заголовків, прогнозування тенденцій, поведінки користувачів і оновлень алгоритмів;
- аналітика даних – ШІ може швидко обробляти величезні обсяги даних, використовувати історичні дані для прогнозування тенденцій і поведінки;
- емейл-маркетинг – продовжує залишатися ефективним способом привернути потенційних клієнтів і нагадати про себе існуючим.

Використання ШІ потребує ключових технічних навичок, які потрібно вдосконалити, щоб покращити свою ширшу компетенцію з технологіями ШІ: управління даними; аналіз даних; тестування; персоналізація контенту; автоматизація маркетингу; аналіз та вдосконалення процесу. Це потребує від маркетологів оволодіти професійними навичками (hard skills), такими як програмування, контент-маркетинг, а також м'якими навичками (soft skills): нестандартним мисленням, вміннями, які роблять їх орієнтованими на рішення; креативністю, стратегічним та раціональним мисленням.

Поява нових інтелектуальних технологій від головних гравців на ринку ШІ сприяють прискоренню обміну інформації, скороченню надлишкової робочої сили, підвищенню ефективності та результативності діяльності. Найпопулярніші інструменти ШІ, що використовуються в маркетингу зображені в табл. 1.

Таблиця 1

Інструменти штучного інтелекту, що можуть бути застосовані в маркетингу

Текстовий контент	Зображення	Відео	Аудіо	Інші (SEO, продажі, аналітика)
ChatGPT, Claude 2, Gemini, Mistral Large, Microsoft 365 Copilot;	Midjourney, Leonardo Ai, Diffusion Logo, Flair, Adobe Spark, DALL-E;	Runway, Sora, Heygen, Pixverse, Lumen;	Soundraw, Tome, OpenAI Jukebox, Magenta Studio, Amper Music тощо	Ahrefs, Also Asked, SurferSEO, Sybill, Lemlist, Zaplify, GA4, Mixpanel, Amplitude.

Джерело: сформовано автором

Підсумовуючи, IoT та штучний інтелект не просто змінюють наше повсякденне життя, а революціонізують маркетингові стратегії. Використовуючи потужність підключених пристроїв, бренди можуть взаємодіяти зі споживачами раніше неможливими способами, забезпечуючи персоналізований досвід у потрібний час і в потрібному місці. Однак для компаній життєво важливо підходити до цієї інновації зважено, дотримуючись етичної позиції щодо використання даних, створюючи цінність для своїх клієнтів. Оскільки

інтернет речей та штучний інтелект продовжують розвиватися, ті, хто володіють їх потенціалом у маркетингу, отримують значну конкурентну перевагу в цифровому середовищі.

Список використаних джерел

1. Brendon V. Ridge Revolutionizing Marketing Strategies: The Impact of the Internet of Things (IoT) on Modern Marketing Practices. *MBLog Multimedia* : веб-сайт. URL: <https://www.mediummultimedia.com/en/marketing-usa/how-iot-is-changing-marketing/> (дата звернення 05.04.2024)
2. Internet of things Market Analysis – Global Forecast to 2026. *Markets and Markets* : веб-сайт. URL: https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/internet-of-things-market-573.html?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw5cOwBhCiARIsAJ5njuZYbwr0lF7OcffMBudL7Cb5gHJIPbz7NkaVJ-Q4lQJ1Cepr6EhtkwEaAgnMEALw_wcB (дата звернення 05.04.2024)
3. Іванова І.В., Боровик Т.М., Залозна Т.Г., Руденко А.Ю. Використання штучного інтелекту в маркетингу. *Marketing and Digital Technologies*. Vol. 7, № 2, 2023 р. 32-42. DOI: 10.15276/mdt.7.2.2023.3 URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/300> (дата звернення 05.04.2024).
4. Залозна Т.Г. Інтернет-речей, що змінює світ. *Маркетинг в Україні* : збірник матеріалів міжнар. наук.-практ. інтернет конф., м. Київ, 20 жовтня 2023 р., К.: КНЕУ, 2023. С. 390-393.

УДК 339.138:316

ВПЛИВ ПОКОЛІННЯ «Z» НА СУЧАСНИЙ МАРКЕТИНГ

Марія Калашиник

Kalashnyk.Mariia1@gmail.com

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна

Науковий керівник: канд. екон. наук, доц. Олена Сичова

В наші дні, світ стрімко розвивається, кожен день створюються нові тренди та стратегії, відносно яких змінюється і маркетинг. Сучасним маркетингом можна назвати галузь економічної науки, яка вирішує проблеми раціоналізації шляхом розробки певних інструментів. Отже, сучасний маркетинг повинен відповідати та орієнтуватися на сучасні проблеми та потреби [1, с.1].

Опираючись на дослідження Н. Хоу [2, с.73], кожен 20-25 років народжується генерація з абсолютно інакшими від попередніх поколінь цінностями та світоглядом. Наслідком даного процесу є різні соціально-політичні фактори та економічна ситуація. Однак основним каталізатором та рушієм соціальних змін є науково-технічний прогрес, наслідком якого стало покоління Z.

Поколінням Z, або зумерами, прийнято називати людей, які народилися в період з 1996 по 2010 роки, саме тоді, коли відбувся стрімкий розвиток технологій. Вони розуміють важливість та користь технологій в повсякденному житті [3].

Згідно з останніми статистичними даними Exploding Topics, покоління Z складає третину споживачів у світі: 1/3 з них працюють приватними підприємцями та 51% є студентами. За оцінками експертів, до 2025 року покоління Z стане одним з найбільших сегментів платоспроможної аудиторії. Саме тому маркетинг слід націлити на даний сегмент аудиторії та адаптувати його під потреби та особливості сприйняття саме цього покоління [4].

Розберемо основні ознаки та характеристику покоління Z задля розуміння потреб даної аудиторії, щоб маркетингові потреби адаптувати під них. Основною ознакою даного покоління є відсутність бар'єру між реальним та віртуальним світом. Зумери зростають разом з технологіями, тому розуміють наскільки сильно технології полегшують побут. Ця характеристика особливо була відчутною за часів коронавірусної хвороби COVID-19, коли через локдаун світ вимушений був перейти на дистанційне навчання, роботу в форматі онлайн, покупки здійснювалися через інтернет та інше. В деяких регіонах України навчання та робота досі здійснюються у дистанційній формі через небезпеку, спричинену повномасштабним вторгненням росії на території України з 24 лютого 2022 року. Цей фактор слід враховувати в сучасному маркетингу, спрямованому на аудиторію даного покоління, та орієнтувати його під зумерів шляхом просування товару або послуг компанії в соціальних мережах; реклами на веб-сайтах.

Наступною характеристикою покоління Z є той факт, що ці люди вміють швидко переключатися та схоплюють інформацію «на льоту». За даними нового дослідження в Nature Communications, обсяг колективної уваги звужується - фокус користувача на дописи, пости та оголошення в соціальних мережах триває лише 8 секунд, після чого він просто прогортає далі стрічку новин. Тому за ці 8 секунд реклама повинна зачепити споживача. Такий процес називається маркетингом уваги. Досягається це за допомогою яскравої картинки, яку легко запам'ятати та асоціювати з діяльністю компанії, стислого та зрозумілого опису продукту, яку продає компанія [5], [6].

Ясність та простота також є одними з ознак людей покоління Z. Простий дизайн, менше тексту для читання, персоніфікація є основними вимогами зумерів щодо реклами, оголошень та контенту в цілому. Тому при створенні публікації слід орієнтуватися на такі фактори, адже це допоможе привернути увагу потенційного клієнта та збільшить продажі компанії.

Зумери активно змінюють підхід до взаємин бренд-клієнт, що впливає на поведінкову модель споживача. Сьогодні бренду слід бути ближче до клієнта, правильно презентувати свій продукт. Досягається це за допомогою природньої комунікації та візуалізації діяльності компанії. Компанія повинна змінити свою маркетингову стратегію на те, щоб бути більш соціальною для збільшення рівня впізнаваності та споживачої лояльності до бізнесу [7].

У покоління Z є загострене почуття справедливості та різноманітності, однак не всім брендам вдалося знайти підхід до представників даного покоління. За даними статті Shots, наразі лише 8% зумерів переконані, що бренди їх розуміють. Дослідження показало, що покоління Z поважає та довіряє тим брендам, які використовують свої корпоративні кошти для покращення суспільства. Зумери проявляють соціальну активність. Більшість серед представників цього покоління готові підписувати петиції, виходити на мітинги та підтримувати бренд в залежності від його позиції в соціальних та політичних питаннях [8], [9].

Також, люди покоління Z схильні довіряти лідерам думок, блогерам при виборі чи покупці певного товару або послуги. Для них важливі відгуки про товари/послуги від інфлюенсерів. Тому підприємствам слід враховувати цей фактор і задуматися над співпрацею з блогерами [10].

Отже, сучасний маркетинг змінюється та розвивається в залежності від потреб та характеристик споживачів. Так як зумери зовсім скоро стануть основними платоспроможними споживачами, тому і маркетинг слід адаптувати під них, що буде не складно, адже хто зрозуміє краще вимоги та особливості зумера-споживача як не зумер-маркетолог.

Список використаних джерел

1. Р. І. Олексенко, І.О.Красова, М.М.Поліщук Функції та роль маркетингу в сучасних умовах господарювання. *Видання Дніпровського державного аграрно-економічного*

- університету «Ефективна економіка». №11. 2011. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=777#:~:text=> (дата звернення 04.04.2024)
2. Howe, N., Strauss, W. (1991). Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: William Morrow & Company. ISBN 978-0-688-11912-6. (дата звернення 04.04.2024)
3. How a 23-year-old graduate helped transform Duolingo's social media marketing. *Contagious*. URL: <https://www.contagious.com/news-and-views/duolingo-social-media-marketing> (дата звернення 04.04.2024)
4. Катерина Г. Як навчати покоління Z. *Повернись живим*. URL: <https://buki.com.ua/news/pokolinnya-z/> (дата звернення 04.04.2024)
5. Josh Howarth/ 25+ New Generation Z Statistics (2024). *Exploding Topics*. URL: <https://explodingtopics.com/blog/gen-z-stats> (дата звернення 04.04.2024)
6. Abundance of information narrows our collective attention span. *Science Daily*. URL: <https://www.sciencedaily.com/releases/2019/04/190415081959.htm> (дата звернення 04.04.2024)
7. Марія Перетяка. Маркетинг уваги: як насправді впливає на споживача емоційний контент. *Membrana Media*. URL: <https://ua.membrana.media/news/marketing-uvagi-yak-naspravdi-vplivaie-na-spozhyvacha-emociinii-kontent> (дата звернення 04.04.2024)
8. Why Gen Z is leaving brands on read. *Shots*. URL: <https://shots.net/news/view/why-gen-z-is-leaving-brands-on-read> (дата звернення 04.04.2024)
9. Як зміниться маркетинг покоління Z. *Spar*. URL: <https://spar.ua/blogs/yak-zminit-marketing-pokolinnya-z> (дата звернення 04.04.2024)
10. Міленіали проти покоління Z: їхні вподобання в eCommerce, про які варто знати. *Gms*. URL: <https://www.gms.net/uk/blog/millennials-vs-gen-z-ecommerce-shopping-preferences-you-need-to-know/> (дата звернення 04.04.2024)

УДК 339.1(043)

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В БІЗНЕСІ: ПЕРЕВАГИ, НЕДОЛІКИ ТА ПРОГНОЗИ

Капуста Анна

kapusta200510@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: Таміла Залозна

У стрімко змінюваному ландшафті 21 століття одним із найважливіших технологічних досягнень став розвиток штучного інтелекту (надалі ШІ). Незважаючи на те, що ця революційна технологія відкрила значні шляхи прогресу, вона також супроводжується невпевненістю та реальними страхами. Деякі з ентузіазмом занурюються та досліджують, що ШІ може зробити та як вони можуть використовувати його розширені можливості прогнозування аналітики, підвищену ефективність та гіперперсоналізацію [4]. Штучний розум у бізнесі допомагає автоматизувати завдання, аналізувати величезні обсяги даних, генерувати цінні ідеї та приймати розумніші рішення [2]. Однак, окрім численних переваг, його застосування викликає серйозні занепокоєння щодо конфіденційності даних, етики, залежності та безпеки. Тому керівники компаній ставлять під сумнів практичність і безпеку використання штучного інтелекту на робочому місці. Розглянемо деякі з ключових переваг і недоліків використання штучного інтелекту в бізнесі, конкретні приклади застосування його інструментів, кейси відомих компаній для зниження ризиків на робочому місці та майбутні тенденції використання в бізнесі. Ера штучного розуму відкриває фундаментальні зміни в діловому світі, включаючи зміни в бізнес-стратегії, операційній діяльності, культурі праці, типах робіт і процесах [4].

Згідно з нещодавнім опитуванням Forbes ADVISOR, 35% компаній у всьому світі використовують штучний інтелект у своїй діяльності; понад 50% планують масштабування та цілодобову роботу, адаптуючись до більших робочих навантажень [2].

Чат-боти, інтерактивні агенти, голосові та мобільні асистенти – це системи штучного інтелекту, які забезпечують більш зручний клієнтський досвід. Підтримка та послуги на основі штучного інтелекту доступні 24 години на добу, що дозволяє компаніям ефективно працювати в різних часових поясах. Така доступність допомагає оптимізувати вирішення проблем відповідно до вимог клієнтів. Автоматизована підтримка і виконання замовлень дозволяє компаніям збирати дані про потенційних клієнтів і конверсію в будь-який час, підвищуючи економічну ефективність, а також забезпечувати більш ефективний і економічно вигідний спосіб обробки запитів клієнтів. Розглянемо деякі з переваг штучного інтелекту в бізнесі, які сприяють його впровадженню на підприємствах [3]:

1. Ефективність та автоматизація. Згідно з нещодавнім дослідженням міжнародної консалтингової компанії Accenture, штучний інтелект може підвищити продуктивність праці щонайменше на 40%, прибутковість на 38% завдяки збору даних, автоматизації, прийняттю рішень і кібербезпеці.

2. Аналітика даних та інсайти. Технології ШІ суттєво вплинули на аналіз даних, надаючи нові можливості для вилучення цінної інформації з величезних обсягів даних, що дозволяє компаніям вдосконалити процеси прийняття рішень, використовуючи більше ефективні, економічно вигідні та точні маркетингові стратегії. Використовуючи ці інструменти в маркетингу, компанії можуть підвищити залученість аудиторії та побудувати сильні бренди.

3. Покращення якості обслуговування клієнтів. Компанії, які досягли успіху в персоналізації, отримують на 40% більше прибутку. Персоналізація з використанням ШІ передбачає збір та аналіз величезних обсягів даних про клієнтів, починаючи від історії переглядів і покупок і закінчуючи взаємодією в соціальних мережах та демографічними даними. Ці дані використовуються для визначення унікальних уподобань кожного клієнта та надання рекомендацій [2].

4. Конкурентна перевага. Згідно Harvard Business Review, компанії, які використовують штучний розум для уточнення прогнозів, підвищення ефективності, оптимізації ціноутворення та управління товарними запасами в режимі реального часу, мають реальну конкурентну перевагу [3].

5. Стимулювання інновацій. Це відбувається завдяки здатності аналізувати величезні обсяги даних, вчитися на закономірностях і приймати рішення автономно. Технологія допомагає покращити функціональність існуючих продуктів, а продакт-менеджери можуть ефективно проводити мозкові штурми нових продуктів за допомогою алгоритмів [2].

Хоча переваги штучного інтелекту в бізнесі вражають, існують також виклики та ризики, пов'язані з використанням цієї технології на робочому місці. Розглянемо деякі з них [2]:

1. Конфіденційність і безпека даних. Штучний інтелект вразливий до кібератак і витоків даних, оскільки його системи все більше інтегруються в бізнес-інфраструктуру та можуть стати серйозною мішенню для кіберзлочинців.

2. Надійність і безвідмовність. Впровадження штучного інтелекту в робочі процеси означає покладатися на нього і будувати операції на основі його інструментів, що ускладнює усунення збоїв у системах ШІ. Надмірне покладання у прийнятті рішень може призвести до неточних результатів, а це в свою чергу до помилок і проблем, що завдадуть шкоди репутації та втрачання можливостей для отримання прибутку [4].

3. Початкові витрати на впровадження. Щоб бути повністю ефективною, технологія штучного інтелекту повинна бути налаштована. Вона вимагає встановлення новітнього обладнання та програмного забезпечення, яке має відповідати стандартам, що постійно змінюються, а це збільшує початкові витрати. Незважаючи на високу рентабельність

інвестицій, тільки великі компанії можуть дозволити собі такі вкладення. Малому та середньому бізнесу може бути складно отримати фінансування для впровадження штучного інтелекту у свої робочі процеси [3; 5, с. 37].

Згідно з опитуванням Forbes Advisor, компанії використовують штучний інтелект у багатьох сферах (рис. 1). Найпопулярніші програми включають обслуговування клієнтів, де 56% респондентів використовують штучний інтелект для цієї мети, і кібербезпеку та управління шахрайством, які використовують 51% компаній. Серед інших відомих застосувань штучного інтелекту – це управління взаємовідносинами з клієнтами (46%), цифрові персональні помічники (47%), управління запасами (40%) і створення контенту (35%), для рекомендацій продуктів (33%), бухгалтерського обліку (30%), операцій у ланцюзі поставок (30%), найму персоналу та пошуку талантів (26%) і сегментації аудиторії (24%) [2].

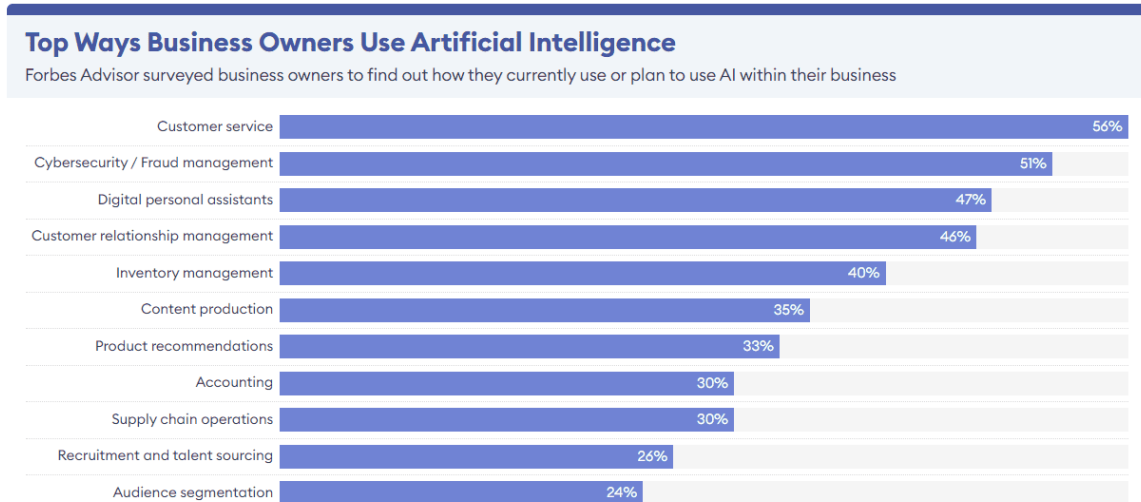


Рис. 1. Сфери використання штучного інтелекту згідно дослідження Forbes Advisor [2]

Розглядаючи бізнес-процеси, то бачимо згідно з опитуванням Forbes Advisor, що штучний інтелект використовується або планується до використання в різних аспектах управління бізнесом (рис.2). Значна кількість підприємств (53%) застосовують штучний інтелект для покращення виробничих процесів, тоді як 51% використовують штучний інтелект для автоматизації процесів, а 52% використовують його для завдань з оптимізації пошукових систем, таких як дослідження ключових слів. Компанії також використовують штучний інтелект для агрегації даних (40%), створення ідей (38%) і мінімізації ризиків безпеки (38%). Крім того, AI використовується для оптимізації внутрішніх комунікацій, планів, презентацій і звітів (46%). Компанії також використовують штучний розум для написання коду (31%) і копії веб-сайтів (29%) [1; 5, с.35].

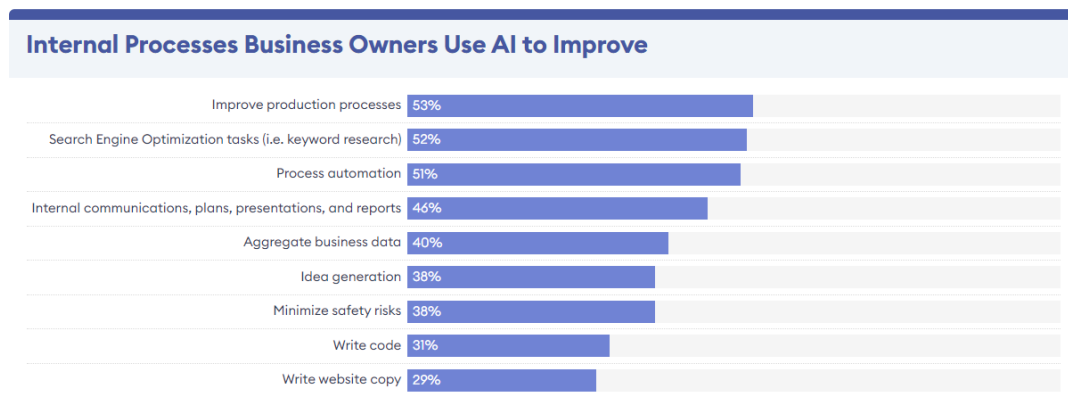


Рис. 2. Використання інструментів штучного інтелекту у бізнес-процесах згідно дослідження Forbes Advisor [1]

Більшість власників бізнесу вважають, що штучний інтелект принесе користь їх бізнесу. Значна кількість респондентів (64%) очікують, що штучний інтелект покращить відносини з клієнтами та підвищить продуктивність, тоді як 60% очікують, що він сприятиме зростанню продажів, він сприймається як актив для покращення прийняття рішень (44%), скорочення часу відповіді (53%) та уникнення помилок (48%). Підприємства також очікують, що штучний інтелект допоможе їм заощадити кошти (59%) і оптимізувати робочі процеси (42%) [2].

Невідворотно, що штучний інтелект автоматизуватиме все більше завдань, а деякі працівники будуть звільнені. Прогнозується, що протягом наступних п'яти років завдяки ньому зникнуть понад 300 мільйонів робочих місць у всьому світі завдяки автоматизації рутинних і нестандартних завдань прогнозування та прийняття рішень. Проте штучний розум також створить нові робочі місця і можливості, особливо у сфері розробки, обслуговування та використання систем штучного інтелекту. У деяких професіях розробки на його основі збільшать зайнятість у таких сферах, як промисловий дизайн та аналітика; виникнуть нові професії, такі як інженери цифрових помічників, інженери складських роботів. Штучний інтелект буде використовуватися для розробки нових продуктів і послуг, створення нових ринків і бізнес-можливостей. Наукові дослідження революціонізують ІІІ, прискорюючи аналіз даних і розпізнавання образів, що призведе до проривів у різних галузях і створить нові потоки доходів для бізнесу.

Список використаних джерел

1. Camilo Quiroz Vazquez, Michael Goodwin What is artificial intelligence (AI) in business? *IBM* : веб-сайт. URL: <https://www.ibm.com/topics/artificial-intelligence-business> (дата звернення: 25.03.2024).
2. Katherine Haan, Rob Watts How Businesses Are Using Artificial Intelligence In 2024. *Forbes Advisor* : веб-сайт. URL: <https://www.forbes.com/advisor/business/software/ai-in-business> (дата звернення: 25.03.2024).
3. Paul Francis Artificial Intelligence (AI) in Business: Pros & Cons. *UVIK* : веб-сайт. URL: <https://uvik.net/blog/artificial-intelligence-in-business/> (дата звернення: 25.03.2024)
4. The Upwork team AI in Customer Service: How It's Used, With Examples. *Upwork* : веб-сайт. URL: <https://www.upwork.com/resources/ai-in-customer-service#:~:text=Benefits,support%20teams%20on%20the%20clock> (дата звернення 25.03.2024).
5. Іванова І.В., Боровик Т.М., Залозна Т.Г., Руденко А.Ю. Використання штучного інтелекту в маркетингу. Маркетинг і цифрові технології. 2023. Т. 7 № 2. С. 32-42. DOI: 10.15276/mdt.7.2.2023.3 URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/300> (дата звернення 05.04.2024).

УДК 339.923

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ПІДТРИМКИ ЛОКАЛЬНИХ ВИРОБНИКІВ НА УКРАЇНСЬКИХ МАРКЕТПЛЕЙСАХ

Олена Карпенко

lkarpenko932@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки, управління та адміністрування Анжела Грилицька

В умовах війни та економічної нестабільності підтримка локальних виробників є надзвичайно важливою для української економіки. Зокрема, у зв'язку зі збільшенням

військових дій та загрози імпорتنих заборон, стабільність виробництва та споживчого ринку стає справжнім викликом для малого та середнього бізнесу. Підтримка локальних виробників на маркетплейсах стає не тільки економічною необхідністю, а й стратегічним кроком для зміцнення внутрішнього ринку та збереження незалежності від зовнішніх факторів. Маркетплейси, як онлайн-платформи, що об'єднують продавців та покупців, можуть відігравати значну роль у цій справі, впроваджуючи маркетингові стратегії, спрямовані на просування локальних брендів. Локальні виробники в Україні зіткнулися з рядом викликів, включаючи обмежений доступ до широкого кола клієнтів та конкуренцію з іноземними виробниками на маркетплейсах. Однак розробка та впровадження ефективних маркетингових стратегій може значно підтримати цей сектор і сприяти його розвитку.

Вагомий внесок у дослідження різних аспектів впливу маркетингу на підприємствах висвітили в наукових працях такі дослідники: А. Божок, О. Карий, Л. Гальків, Н. Недопалко, О. Похильченко, І. Флик, О. Уголькова, А. Кісьолик, Б. Фостер, М. Джохансія, Т. Гімела, С. Хаджехсані, А. Аболізаде, Л. Дехьядгарі, М. Пітер, М. Далла Вечіа, Ф. Котлер та ін.

Бізнес-аналітики відзначають, що існує кілька популярних маркетплейсів в Україні, таких як Rozetka, Епіцентр, Prom, Kasta та інші. Ці платформи стали важливим каналом для продажу товарів, однак локальні виробники часто стикаються з викликами щодо просування своїх товарів на цих майданчиках. Один із важливих викликів - конкуренція з іноземними виробниками. Локальні товари часто опиняються в тіні глобальних брендів, які мають більші ресурси для маркетингу. Додатковою проблемою є обмежені можливості локальних виробників у плані масштабування та реклами.

Вдалому маркетологу важливо вміти адаптувати теорію не лише до сучасних реалій, але і до індивідуальної бізнес-моделі. Власники бізнесу все більше усвідомлюють, що для заробітку грошей важливо ефективно продавати свою продукцію чи послуги [4].

Реклама продукції чи послуг відіграє важливу роль у привертанні нових клієнтів та утриманні вже існуючих. Змінюючись разом із ринком, компанії повинні адаптувати свої рекламні стратегії до соціальних мереж, користуючись традиційними точками продажу або комбінуючи старі та нові підходи [3].

Маркетингові стратегії для підтримки локальних виробників:

1). Створення спеціального розділу для локальних брендів. Маркетплейси можуть створити спеціальний розділ на своїй платформі, де будуть представлені лише локальні виробники. Це допоможе покупцям легко знайти та підтримати локальні бренди.

2). Розробка унікальних брендів та ідентичності. Локальні виробники повинні акцентувати свої унікальність та історію. Створення сильного бренду дозволяє виділитися серед конкурентів і привертати увагу споживачів.

3). Надання маркетингових інструментів. Маркетплейси можуть надавати локальним виробникам доступ до маркетингових інструментів, таких як реклама, SEO-оптимізація та email-маркетинг. Це допоможе їм просувати свою продукцію та охопити ширшу аудиторію.

4). Використання контент-маркетингу. Контент-маркетинг виявляється надзвичайно ефективним інструментом для привертання уваги споживачів. Локальні виробники можуть створювати цікавий контент, такий як блоги, відео або інфографіка, які розповідають про виробництво, використання місцевих ресурсів та якість своїх товарів. Це допоможе встановити взаємодію з покупцями та підвищити їхню свідомість про бренд.

5). Проведення промо-акцій та розпродажів. Маркетплейси можуть проводити промо-акції та розпродажі, щоб стимулювати покупців до придбання продукції локальних виробників.

6). Організація освітніх програм. Маркетплейси можуть організовувати освітні програми для локальних виробників, щоб допомогти їм краще розуміти онлайн-торгівлю та просувати свою продукцію в Інтернеті.

7). Співпраця з урядом та громадськими організаціями. Маркетплейси можуть співпрацювати з урядом та громадськими організаціями, щоб розробити та впровадити

програми підтримки локальних виробників.

8). Створення каталогу локальних виробників: Маркетплейси можуть створити каталог локальних виробників, де буде представлена інформація про їх продукцію, контактні дані та історії успіху.

9). Запровадження програми лояльності: Маркетплейси можуть запровадити програму лояльності, яка буде заохочувати покупців до придбання продукції локальних виробників.

10). Підтримка локальних виробників на соціальних мережах: Маркетплейси можуть використовувати соціальні мережі, щоб просувати продукцію локальних виробників та розповідати про їх історії.

Переваги підтримки локальних виробників:

1). Стимулювання економіки. Локальні виробники створюють робочі місця та сплачують податки в Україні, що сприяє розвитку економіки.

2). Підтримка місцевих громад. Локальні виробники часто купують сировину та послуги у місцевих постачальників, що робить позитивний вплив на розвиток місцевих громад.

3). Зменшення залежності від імпорту. Підтримка локальних виробників може допомогти зменшити залежність України від імпортних товарів, що робить країну більш стійкою до зовнішніх економічних потрясінь.

4). Збереження культурної спадщини. Локальні виробники часто пропонують унікальні продукти, що відображають культурну спадщину України.

5). Стимулювання виробництва. Підтримка локальних виробників допомагає збільшити виробництво товарів та послуг на місцевому рівні, що впливає на зростання валового внутрішнього продукту (ВВП).

6). Мінімізація транспортних витрат. Виробництво та споживання локальних товарів зазвичай призводять до менших витрат на транспортування, що допомагає зменшити викиди CO₂ та інші негативні впливи на довкілля.

7). Збереження культурної ідентичності. Локальні виробники часто втілюють у своїх товарах та послугах культурні та традиційні особливості, сприяючи збереженню місцевої культурної ідентичності.

8). Розуміння особливостей ринку, створення унікального бренду та ефективне використання контент-маркетингу дозволять стати конкурентоспроможними та привабливими для споживачів.

9). Розробка та впровадження ефективних маркетингових стратегій є ключем до успіху локальних виробників на українських маркетплейсах. Сприяючи популяризації та підтримці місцевих товарів, ми можемо сприяти розвитку національного виробництва та забезпечити економічний розвиток країни.

Список використаних джерел

1. Дудяк Р. Маркетингові стратегії в діяльності підприємств. *Вісник Львівського національного аграрного університету*. Серія : Економіка АПК. 2014. № 21(1). С. 295-300. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnau_econ_2014_21%281%29_57

2. Кир'янов О.Є. Маркетинг в сучасних умовах. Сучасні наукомісні технології. Регіональні пропозиції. *Економічні науки*. 2021. Випуск №3 (47).

3. Палка І. М. Роль маркетингу в сучасних умовах господарювання. *Ефективна економіка*. 2019. № 5. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7038> (дата звернення: 10.04.2024). DOI: [10.32702/2307-2105-2019.5.32](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.5.32)

УДК 004.8:658.8(043)

НАЙПОПУЛЯРНІШІ ІНСТРУМЕНТИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В МАРКЕТИНГУ

Олександра Кінаш

alexakinash@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: Таміла Залозна, викладач

За останній час популярність і функціонал штучного інтелекту (надалі – ШІ) значно зросли. Він здатен надрукувати текст згідно запиту користувача, створити картинку, відео або навіть музику – усе це робиться за допомогою інструментів ШІ, так званих нейронних мереж.

Згідно даних сайту mistral.ai бачимо, що найпопулярнішими інструментами штучного інтелекту є: GPT-4, Mistral Large, Claude 2 (рис. 1).

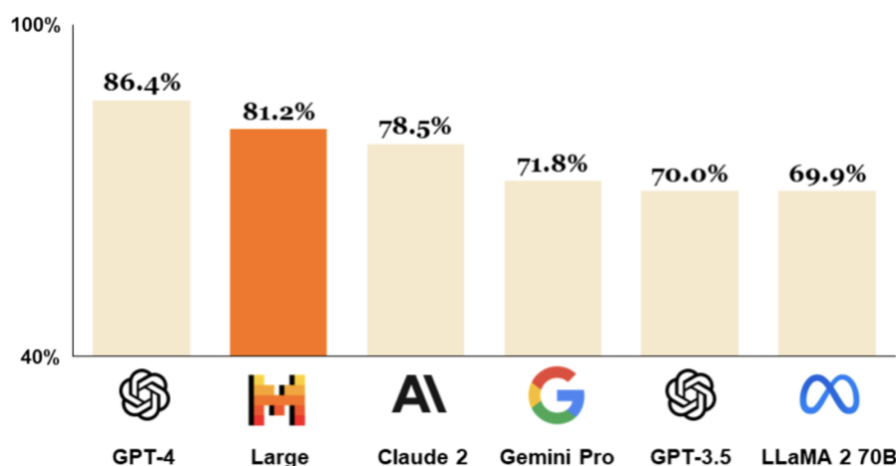


Рис. 1. Рейтинг популярності нейронних мереж згідно дослідження mistral.ai [1]

Нейронні мережі використовують для бізнесу і маркетингу, щоб зменшити витрати часу та збільшити ефективність, тому розглянемо найпопулярніші з них.

Generative Pre-trained Transformers, зазвичай скорочено GPT, представляють собою новаторський прогрес у обробці природної мови (NLP) у поєднанні зі штучним інтелектом (AI). Розроблені OpenAI моделі GPT зробили революцію в різних програмах, починаючи від генерації тексту до мовного перекладу та навіть допомагаючи у створенні коду та завданнях узагальнення.

Mistral Large – нова передова модель генерації тексту, що досягає можливостей міркування вищого рівня. Її можна використовувати для складних багатомовних завдань, включаючи узгодження тексту та генерацію коду. Mistral Large займає друге місце за популярністю серед текстових генераторів, після GPT-4.

Claude 2 є великим кроком вперед у розмовному ШІ завдяки передовій нейронній архітектурі. Взаємодії з ним демонструють вражаючі здібності до природних, високоякісних розмов, які є корисними та правдивими. Як система ШІ, Claude 2 швидко вдосконалюватиметься з часом завдяки постійним дослідженням і навчанню. Anthropic прагне безпечно розробити та розгорнути ці розмовні досягнення штучного інтелекту, зберігаючи відповідність Claude 2 людським цінностям, оскільки його можливості стають все потужнішими. Варто думати про Claude як про доброзичливого, повного ентузіазму колегу

чи особистого помічника, якого можна навчати природною мовою, щоб допомогти у виконанні багатьох завдань.

Gemini – це чат-бот зі штучним інтелектом, розроблений Google для імітації людських розмов за допомогою обробки природної мови (NLP) і машинного навчання. Gemini також використовують для розуміння вхідних запитів і даних. Він здатний розуміти та розпізнавати зображення, дозволяючи аналізувати складні візуальні елементи, такі як діаграми та малюнки, без необхідності зовнішнього оптичного розпізнавання символів. Він також має широкі багатомовні можливості для завдань перекладу та функціональність різними мовами.

Крім вищевказаних інструментів доволі популярними є наступні [1]:

Explain Like I'm Five — це нейромережа, яка пояснює складні концепції простою і доступною мовою. Нейронка аналізує запит, виділяє ключові аспекти теми та генерує зрозуміле пояснення як для п'ятирічної дитини.

Sora – компанія OpenAI готується випустити свій революційний генератор відео в кінці 2024 року. Сервіс обіцяє покращити цифровий сторітелінг з гіперреалістичними сценами, а в майбутньому з'явиться можливість генерації аудіо.

Tome – один із провідних сервісів для створення презентацій. Він пропонує велику кількість можливостей щодо створення презентацій, наприклад: автоматично створює ілюстрації для слайдів, здатний самостійно скласти зміст слайдів та написати текст на запит; редагування тексту за допомогою нейромережі: покращення, скорочення, розширення теми. Сервіс реалізовує можливість вбудовувати контент у форматах mp4, швидко та зручно будувати графіки за допомогою потужного редактора, надає можливість додати до слайдів власні аудіофайли.

LGM – сервіс генерації 3D-моделей, який використовують у ігровій індустрії. Він спрощує процес створення ігор і робить його більш доступним для широкого кола людей. Цей сервіс являє собою розумну нейронну мережу, здатну за кілька секунд створити якісну 3D-модель на основі завантаженої фотографії або текстового опису. Однією з головних особливостей LGM є висока роздільна здатність і неймовірна швидкість роботи — всього 5 секунд на створення одного об'єкта [3, с.1-2].

Runway AI Video Generator – це інструмент, який розроблено для створення відео професійної якості всього за кілька кліків. За допомогою простого інтерфейсу користувачі можуть легко імпортувати відзнятий матеріал, додавати текстові накладки, музику та ефекти. Результатом є відшліфоване високоякісне відео, яким можна поділитися в соціальних мережах, на YouTube або на будь-якій іншій платформі. Однією з особливостей Runway AI Video Generator є його здатність автоматично синхронізувати відео в ритмі музики [4]. Це означає, що відео ідеально відповідатиме темпу та ритму звукової доріжки, створюючи бездоганний і професійний кінцевий продукт [4].

Microsoft 365 Copilot — поєднує потужність великих мовних моделей (LLM – large language model) із даними в програмах Microsoft 365, щоб перетворити слова на потужний інструмент продуктивності. За допомогою Copilot у Word користувач може швидко почати творчий процес, отримує першу чернетку для редагування та повторення, заощаджуючи години на написання, пошук джерел та редагування. Автор контролює процес, просуюючи свої унікальні ідеї, спонукаючи Copilot скорочувати, переписувати або залишати відгуки. Цей сервіс допомагає PowerPoint створювати привабливі презентації за допомогою простої підказки, додаючи відповідний вміст із документа, а за допомогою Copilot в Excel користувач має змогу аналізувати тенденції та створювати візуалізації даних професійного вигляду за лічені секунди.

Soundraw — це музичний генератор зі штучним інтелектом, який дозволяє користувачам створювати та писати оригінальну безоплатну музику, яку можна використовувати. Мелодію та музику можна скорегувати, налаштовуючи довжину, темп, композицію, інструменти та жанр музики. Soundraw ідеально підходить для творців відео, подкастерів, стримерів і всіх, хто працює з мультимедійними речами, хто хоче витратити

менше часу на пошук відповідної музики для своїх проєктів.

Midjourney є прикладом генеративного штучного інтелекту, який може перетворювати повідомлення на зображення. Вам також не потрібне спеціальне апаратне чи програмне забезпечення, щоб використовувати Midjourney, оскільки він повністю працює через програму чату Discord. Єдиний недолік в тому що доведеться заплатити, перш ніж почати генерувати зображення.

Отже, впровадження штучного інтелекту відображається на різних аспектах життя. Сьогодні наявна велика кількість інструментів ШІ, які доступні практично кожній людині. Використання технології нейронних мереж відкриває широкі можливості для бізнесу будь-якого масштабу. Вона може сприяти розробці маркетингових стратегій, які будуть більш ефективними в установленні взаємодії зі споживачами. Системи штучного інтелекту можуть аналізувати дані по поведінку покупців, їхні звички та вподобання, що дозволяє створювати персоналізовані стратегії маркетингу [2, с.39]. Незалежно від того, чи ви фрілансер, що управляє власним бізнесом, чи керівник команди співробітників, існує велика кількість інструментів, які можуть покращити вашу діяльність.

Список використаних джерел

1. Au Large Mistral AI Frontier AI in your hands : веб-сайт. URL: <https://mistral.ai/news/mistral-large/> (дата звернення: 06.04.2024).
6. Іванова І.В., Боровик Т.М., Залозна Т.Г., Руденко А.Ю. Використання штучного інтелекту в маркетингу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2023. Т. 7 № 2. С. 32-42. DOI: 10.15276/mdt.7.2.2023.3 URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/300> (дата звернення 05.04.2024).
2. Jiaxiang Tang, Zhaoxi Chen, Xiaokang Chen, Tengfei Wang, Gang Zeng, Ziwei Liu. LGM: Large Multi-View Gaussian Model for High-Resolution 3D Content Creation *Large. Multi-View Gaussian Model* 2024. С. 1-20.
3. Runway AI - Video Generator : веб-сайт. URL: <https://runway-ai.ai/> (дата звернення: 06.04.2024).

УДК 339.9:656(043)

КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В ДІЯЛЬНОСТІ АГЕНЦІЇ «КЛІКА»

Дар'я Максишко

dashamaksushko@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

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

Сьогодні соціальні мережі є потужним засобом комунікації бізнесу з потенційними клієнтами. Усього активних користувачів соціальних мереж налічується 4,62 млрд, що становить 58,4% всього світового населення. За прогнозами, у 2027 році ця цифра зросте майже до шести мільярдів. Прогнозується, що ці показники будуть збільшуватися, оскільки використання мобільних пристроїв та соціальних мереж на них набуває все більшої популярності на ринках, які раніше були менше представлені [1].

Канали у соціальних мережах вже не лише засіб спілкування. Користувачі та компанії на цих платформах створюють власні сторінки, щоб виразити свої погляди та позиції, а також для ведення бізнесу. На ринку SMM-маркетингу Черкас успішно функціонує Агенція «Кліка» (ФОП Замрій В.А.), яка надає послуги зі створення маркетингової стратегії, консультацій щодо ведення і наповнення соціальних мереж, інфлюенс-маркетингу,

таргетингу, фото/відео зйомки. Агенція здійснює свою діяльність на перспективному ринку. Основними конкурентами агенції є підприємства DarlidSmm, MAGENCY Черкаси, Vivid Agency. Агенція «Кліка» на ринку СММ-агенцій міста займає другу сходинку за охопленням клієнтів (15,1%). Лідер ринку – агенція DarlidSmm (15,7%). Позиції підприємства на ринку реклами є сильними і конкурентоспроможними. Наявні загрози на ринку агенція може компенсувати додатковим впровадженням нових рекламних технологій, збільшенням клієнтів та активною рекламною кампанією, направленою не лише на інформування потенційних споживачів послуг, а на створення лояльності до бренду фірми.

Агенція реалізовує маркетингову діяльність шляхом розміщення інформації у соціальних мережах та рекламування в мережі Інтернет. Послуги, що надаються агенцією, є ефективними і користуються попитом, не залежно від розмірів наданих рекламних бюджетів. Послуги агенції є сучасними, актуальними та закривають потреби ринку. Оновлення послуг для агенції є постійно реалізованим процесом, оскільки залежить в першу чергу від зміни алгоритмів соціальних мереж та програмних продуктів для генерації контенту. Формування цін здійснюється з урахуванням обсягу виконаних робіт та затрат часу. Остаточна вартість кожної послуги залежить від вибраної стратегії, цілей та задач клієнта, а отже буде унікальною для кожного конкретного проекту. Основне кредо агенції у формуванні політики цін - не «висушувати» проект заради зменшення ціни, бо через це страждає якість. Показник сезонності попиту впливу на цінову політику агенції не має. За даними агенції, рівень цін є цілком прийнятним для споживачів послуг та відповідає середньоринковим цінам на аналогічні послуги.

Реалізація послуг агенції «Кліка» здійснюється дистанційно, використовуючи технології хмарного офісу та спеціалізоване програмне забезпечення. Оскільки основними споживачами послуг є бізнес-сектор, до кожного клієнта застосовується індивідуальний підхід. Замовити послугу можна через повідомлення в Інстаграм, на електронну пошту, за телефоном або через заповнення короткої заявки-брифу в GoogleForms, після чого фахівці агенції контактують з потенційним замовником. Агенція «Кліка» використовує такі способи комунікацій з потенційними споживачами як сторінки в соціальних мережах, таргетинг в соціальних мережах та через систему Google Ads, PR та систему стимулювання продажу для постійних клієнтів. Основним місцем розміщення інформації і комерційних пропозицій агенції є соціальні мережі, зокрема бізнес-сторінка в Інстаграм. Підприємство часто організовує безкоштовні професійні та навчальні івент-заходи для фахівців в сфері СММ, таргетингу та маркетингу, а також усіх охочих до навчання. Такі заходи підіймають охоплення в соціальних мережах, а також є гарним заохоченням для потенційних клієнтів. Агенція розміщує таргетовану рекламу безпосередньо в мережі Інстаграм, а також контекстну рекламу і рекламу на YouTube через рекламний агрегатор Google Ads. Здійснені агенцією рекламні заходи у 2023 році є економічно ефективними. Розглянемо послуги, які надає агенція «Кліка» детальніше (табл.1).

Таблиця 1

Асортимент послуг агенції «Кліка» та їх склад

№ з/п	Назва	Склад послуги
1	2	3
1.	Розроблення стратегії СММ	- аналіз наявної сторінки, - аналіз цільової аудиторії, аналіз конкурентів, - створення та розроблення візуалу, - засоби просування, - бюджет на просування, - контент-план на місяць
2.	Ведення сторінки в соціальних мережах	- доопрацювання контент-плану - орієнтовно 6 постів на місяць, - близько 4/5 сторіс на день
3.	Таргетинг	- кампанії в Інстаграм, - кампанії в Google Ads

Тематичний напрям 3. Сучасний маркетинг у підприємницькій діяльності

Продовження таблиці 1

1	2	3
4.	Створення контенту	- зйомка відео / Reels, - фото для постів та сторіс
5.	Копірайтинг та модерування	- написання тексту - спілкування з аудиторією у коментарях
6.	Інфлуенс-маркетинг	- пошук блогерів, - підбір методів просування через блогерів
7.	Візуал профілю в соціальних мережах	- створення естетичних хайлайтів та загального вигляду профілю
8.	Комерційна фотозйомка	- створення комерційних фото для замовника

Джерело: сформовано автором за даними [2].

Агенція надає замовникам можливість обрати як окремі послуги, так і пакет за індивідуальним підбором пропозицій за фіксовану на місяць вартість. Для детального аналізу попиту на асортимент послуг агенції «Кліка» виконаємо АВС-аналіз.

Таблиця 2

АВС-аналіз асортименту послуг агенції «Кліка» за 2023 р.

№ з/п	Найменування послуг	Од. вимір	Вартість реалізованих послуг	Частка, %	Накопичена частка, %	Категорія
1	Ведення сторінки в Інстаграм	грн	475000	39,00	39,00	А
2	Розроблення стратегії СММ	грн	382500	31,40	70,40	А
3	Візуал профілю в соціальних мережах	грн	113800	9,35	79,75	В
4	Таргетинг	грн	92700	7,61	87,36	В
5	Інфлуенс-маркетинг	грн	65500	5,38	92,74	В
6	Комерційна фотозйомка	грн	37500	3,08	95,82	С
7	Створення контенту	грн	26900	2,21	98,03	С
8	Копірайтинг та модерування	грн	24100	1,97	100	С
	Всього	грн	1218000	100%	-	-

Джерело: сформовано автором за даними [2].

За результатами АВС-аналізу, до групи А (найбільш прибуткові послуги) належать «Ведення сторінки в Інстаграм» (з часткою 39%) та «Розроблення стратегії СММ» (з часткою 31,4%); до групи В (прибуткові послуги середнього сегменту) належать «Візуал профілю в соціальних мережах» (з часткою 9,35%), «Таргетинг» (частка 7,61%) та «Інфлуенс-маркетинг» (частка 5,38%); до групи С (малоприбуткові послуги) належать «Комерційна фотозйомка» (частка 3,08%), «Створення контенту» (частка 2,21%) та «Копірайтинг та модерування» (частка 1,97%). Загалом на весь асортимент послуг агенції є стійкий попит серед клієнтів та фірм-замовників.

Агенція «Кліка» активно розвиває власну сторінку в соціальній мережі Інстаграм. Для агенції такий спосіб комунікації якнайкраще демонструє навички роботи з рекламним механізмом соціальних мереж. Загальна кількість підписників сторінки – 1463 особи. Структура підписників наведена на рис. 1.

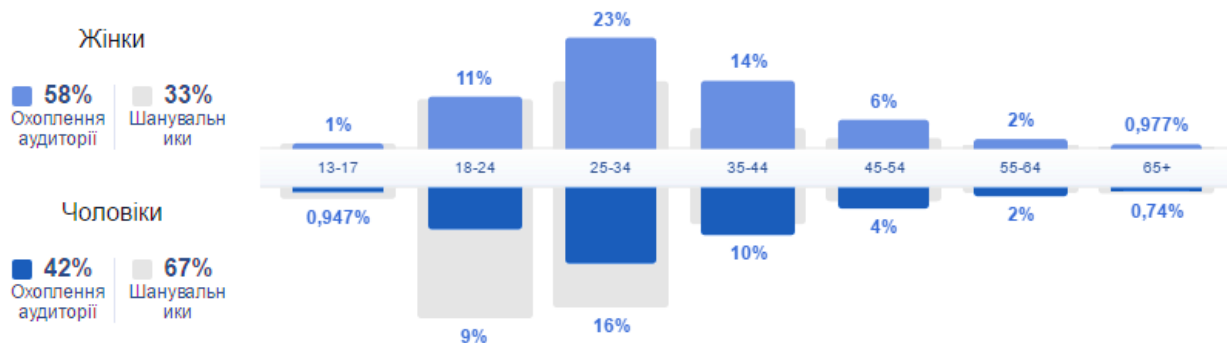


Рис. 1. Статтєво-вікова структура відвідувачів сторінки в Інстаграм агенції «Кліка»
Джерело: сформовано автором за даними [3].

Бачимо, що більша частина аудиторії – жінки (58% стежать, 33% не стежать); чоловіки складають трохи меншу категорію (42% стежать, 67% не стежать). Географію підписників сторінки в Інстаграм агенції «Кліка» наведено на рис. 2.

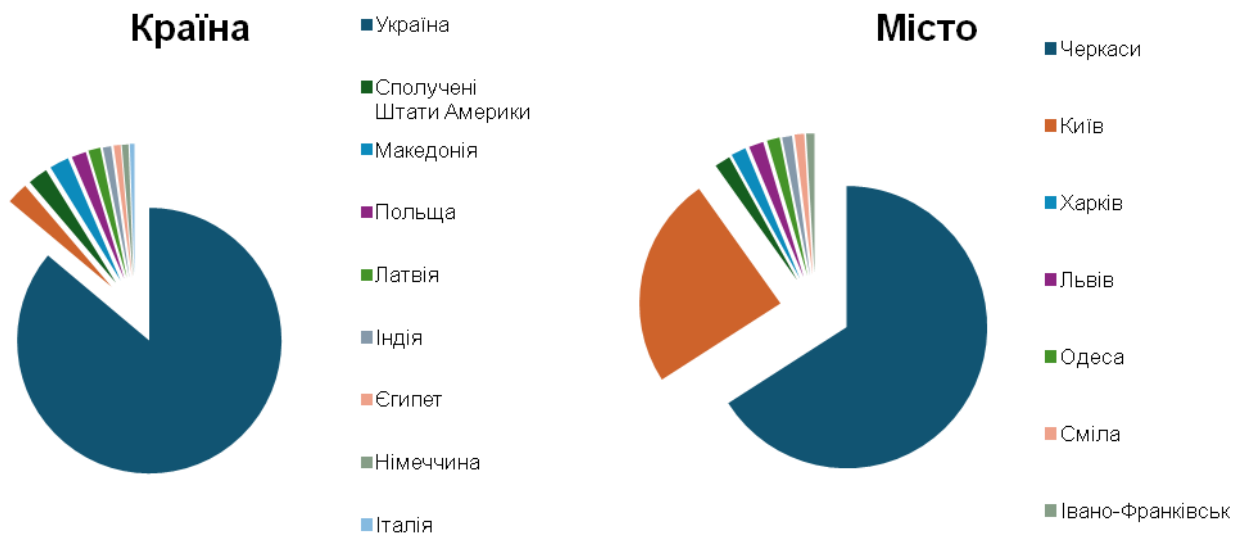


Рис. 2. Географічна структура підписників агенції «Кліка» в Інстаграм
Джерело: сформовано автором за даними [3]

Переважає більшість користувачів мережі з України, серед міст лідирують Черкаси, значну частку займає Київ.

Аналізуючи контент сторінки агенції «Кліка» в Інстаграм бачимо, що агенція розміщує переважно інформативний та тренувальний контент, аби надихати та заохочувати своїх підписників. Загалом пости мають гарне охоплення аудиторії, проте публікуються не досить часто. Загальна кількість постів на сторінці – 26. На рис. 3 наведено приклад контенту агенції «Кліка» на сторінках в Інстаграм.

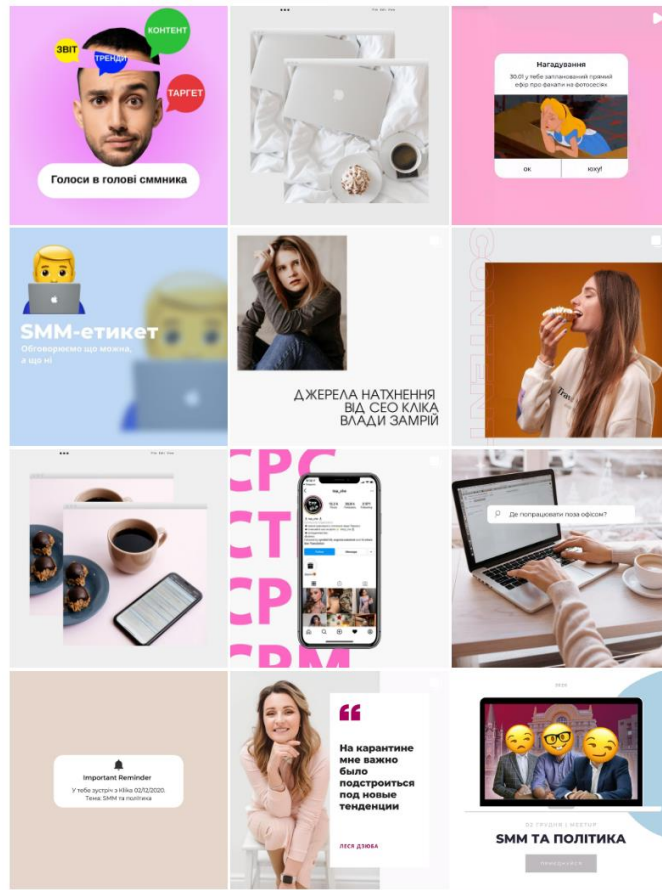


Рис. 3. Стрічка постів на сторінці агенції «Кліка»

Джерело: сформовано автором за даними [3].

Таким чином, бачимо, що послуги, надані агенцією, є сучасними, актуальними та закривають потреби ринку. Оновлення послуг для агенції є постійно реалізованим процесом, оскільки залежить в першу чергу від зміни алгоритмів соціальних мереж та програмних продуктів для генерації контенту. Агенція «Кліка» активно розвиває власну сторінку в соціальній мережі Інстаграм. Для агенції такий спосіб комунікації якнайкраще демонструє навички роботи з рекламним механізмом соціальних мереж. Діяльність сторінки є ефективною. Проте потребують вдосконалення показники зростання аудиторії, рівень комунікабельності, генерація користувацького контенту. Також відсутність сторінки веб-сайту унеможливує якісне відстеження лідогенерації та вартості реклами, яка б вела на цільову сторінку з виконанням конкретної користувацької дії. Тому для забезпечення зростання даних показників агенції «Кліка» варто розробити лендінг-пейдж, де потенційні клієнти змогли б отримати повну інформацію як про спектр послуг агенції, так і здійснити замовлення і оплату послуг. Також рекомендуються агенції освоювати інші соціальні мережі для ведення власної сторінки та розширення потенційних клієнтів рекламних послуг.

Список використаних джерел

1. Найпопулярніші соцмережі у світі за кількістю активних користувачів. *PRO Ідеї. Головні новини маркетингу*. URL: <https://www.proidei.com/most-popular-social-networks-1103/> (дата звернення 05.03.2024).
2. Комерційна пропозиція агенції «Кліка». URL: https://docs.google.com/presentation/d/11UMeUSEGPTqYC4FCucfaKFEC-8mKFJ5-3jIi6YqAIWY/edit#slide=id.g726354def6_2_0 (дата звернення 05.03.2024).
3. Сторінка бізнес-профілю агенції «Кліка» в соціальній мережі Інстаграм. URL: <https://www.instagram.com/kluka.agency/> (дата звернення 05.03.2024).

УДК 339.1-051

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ

Олена Матійцьо

Matiytso.olenka@gmail.com

*Самбірський фаховий коледж економіки та інформаційних технологій,
м. Самбір, Львівська обл., Україна
Науковий керівник: Тетяна Соломчак*

Вивчення ринку починається з того, що кожний підприємець застосовує низку аналітичних досліджень маркетингової діяльності для ефективного функціонування. Основною складовою заходів маркетингового напрямку є маркетингові дослідження, що полягають у розробці теоретичних та аналітичних основ вивчення існуючих потреб ринку в умовах конкуренції, аналіз поведінки конкурентів та споживачів, зменшення втрат при здійсненні підприємницької діяльності, прийняття обґрунтованих управлінських рішень для прогнозування кон'юнктури для того, щоб адекватно реагувати на зміни що безпосередньо впливають на підприємство.

Маркетингові дослідження - це систематичний збір, аналіз та інтерпретація інформації про ринок, конкурентів, споживачів, а також про власні можливості та недоліки. Ця інформація використовується для прийняття обґрунтованих рішень щодо маркетингової діяльності підприємства.

Мета маркетингових досліджень – виявити можливості фірми щодо задоволення потреб споживачів, завоювати конкурентні позиції на ринку, знизити рівень невизначеності та ризику маркетингової діяльності, збільшити ймовірність успіху маркетингової діяльності підприємства.

Види маркетингових досліджень:

- За метою дослідження: розвідувальні дослідження - збирають первинну інформацію про ринок; описові дослідження - описують характеристики ринку, споживачів, конкурентів; аналітичні дослідження - виявляють причинно-наслідкові зв'язки.
- За джерелом інформації: кабінетні дослідження - аналіз вторинної інформації; польові дослідження - збір первинної інформації.
- За методами збору інформації: опитування, анкетування, інтерв'ю, спостереження, експеримент.

Маркетингові дослідження, в залежності від сфери застосування, можуть розглядатися на двох рівнях:

- на першому рівні, як складова частина управління організацією, елемент розробки маркетингової стратегії підприємства;
- на другому рівні, як інструмент дослідження для вдосконалення окремих характеристик товару.

Маркетингові дослідження потрібні для:

1. Зниження ризиків при прийнятті маркетингових рішень:
 - Дослідження ринку та конкурентів дозволяє підприємству краще зрозуміти середовище, в якому воно працює, і приймати більш обґрунтовані рішення.
 - Це може допомогти уникнути помилок, які можуть призвести до втрати грошей, часу та репутації.
2. Підвищення ефективності маркетингової діяльності:
 - Дослідження потреб та поведінки споживачів допомагає підприємству розробити більш ефективні маркетингові кампанії, які краще відповідають потребам та очікуванням цільової аудиторії.
 - Це може призвести до збільшення продажів, прибутку та частки ринку.

3. Збільшення прибутку:

- Ефективні маркетингові дослідження можуть допомогти підприємству розробити та впровадити маркетингові стратегії, які призведуть до збільшення продажів, прибутку та частки ринку.

4. Отримання конкурентної переваги:

- Підприємства, які проводять маркетингові дослідження, мають конкурентну перевагу перед тими, хто цього не робить.
- Дослідження дають їм можливість краще зрозуміти ринок, конкурентів та споживачів, а також розробити більш ефективні маркетингові стратегії.

5. Вирішення конкретних проблем:

- Маркетингові дослідження можуть допомогти вирішити конкретні проблеми, з якими стикається підприємство, наприклад, втрата частки ринку, зниження продажів або неефективність маркетингових кампаній.

6. Розробка нових продуктів та послуг:

- Дослідження потреб та поведінки споживачів може допомогти підприємству розробити нові продукти та послуги, які краще відповідають потребам та очікуванням цільової аудиторії.

7. Тестування рекламних кампаній:

- Дослідження дають можливість протестувати рекламні кампанії перед їх запуском, щоб оцінити їх ефективність і внести необхідні корективи.

8. Сегментування ринку:

- Дослідження допомагають підприємству розділити ринок на сегменти з схожими потребами та характеристиками.
- Це дозволяє підприємству розробити більш адресні маркетингові кампанії, які більш ефективно відповідають потребам кожного сегмента.

9. Позиціонування товару:

- Дослідження дають можливість визначити, як споживачі сприймають товар або послугу порівняно з конкурентами.
- Це дозволяє підприємству розробити більш ефективну стратегію позиціонування, яка допоможе йому виділитися на ринку.

10. Отримання цінної інформації:

- Маркетингові дослідження дають підприємству цінну інформацію про ринок, конкурентів, споживачів, а також про власні можливості та недоліки.
- Ця інформація може бути використана для прийняття більш обґрунтованих рішень у всіх сферах діяльності підприємства.

Методологія проведення маркетингового дослідження ринку складається з п'яти основних етапів (рис.1).



Рис. 1. Етапи маркетингових досліджень ринку

Сучасні маркетингові дослідження допомагають компаніям краще зрозуміти своїх клієнтів, ринок та конкурентів. Це дає їм можливість розробляти більш ефективні маркетингові стратегії, які допомагають їм досягти своїх цілей.

Ось деякі з видів сучасних маркетингових досліджень:

1. Використання аналітичних даних. Одним з найбільш потужних інструментів сучасного маркетингового дослідження є аналітика даних. Завдяки розвитку технологій обробки та аналізу великих обсягів даних (Big Data), компанії мають можливість отримувати цінну інформацію про споживчі попити, поведінку клієнтів, тенденції ринку та багато іншого. Використання алгоритмів машинного навчання дозволяє робити прогнози, ідентифікувати патерни та визначати оптимальні стратегії маркетингових компаній.

2. Соціальні медіа та онлайн-дослідження. Соціальні медіа стали не тільки платформою для спілкування, але й важливим джерелом даних для маркетингових досліджень. Аналізуючи відгуки, коментарі та поведінку користувачів у соціальних мережах, компанії можуть зрозуміти реакцію аудиторії на їх продукти та послуги, виявити ключові теми та тренди. Онлайн-дослідження також дозволяють швидко та ефективно збирати дані від великої аудиторії. Анкети, опитування та фокус-групи в Інтернеті стають дедалі популярнішими інструментами для отримання зворотного зв'язку від клієнтів та майбутніх споживачів.

3. Використання віртуальної та аугментованої реальності. Віртуальна та аугментована реальність відкривають нові можливості для маркетингових досліджень. Компанії можуть створювати іммерсивні віртуальні середовища для тестування продуктів, дослідження споживчої поведінки та проведення маркетингових експериментів. Ці технології дозволяють залучати споживачів у більш емоційно заряджені інтеракції з брендом та продуктом.

Сучасні методи маркетингового дослідження ринку надають компаніям потужні інструменти для аналізу ринкових умов, розуміння споживчої поведінки та розробки ефективних маркетингових стратегій. Використання аналітики даних, соціальних медіа, онлайн-досліджень та технологій віртуальної та аугментованої реальності дозволяє компаніям бути на крок попереду своїх конкурентів і забезпечує їхній успіх на сучасному ринку.

Список використаних джерел:

1. Маркетингові дослідження ринку і його структурних елементів: теоретичний аспект <http://socrates.vsau.org/repository/getfile.php/24977.pdf> (дата звернення 28.03.2024).
2. Маркетингові дослідження: потужний інструмент пошуку інсайтів <https://youscan.io/ua/blog/market-research> (дата звернення 30.03.2024).

УДК 339.37

ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОДАЖУ КИСЛОМОЛОЧНИХ ТОВАРІВ (НА ПРИКЛАДІ ПАТ «ЖИТОМИРМОЛОКО»)

Денис Нечипоренко

denislemon02@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: Хлебнікова Наталія Борисівна

Формування асортименту та організація роздрібного продажу кисломолочних товарів є ключовим для підприємств та ринку. Це дозволяє надавати різноманітні продукти, привабливі для різних споживачів, та конкурувати на ринку. Організація роздрібного продажу збільшує доступність та контролює якість продукції, що сприяє економічному внеску галузі та зростанню прибутковості.

Асортимент товарів – це різноманітність товарів, що характеризується їхніми споживчими, комерційними та виробничими властивостями. Він визначає склад груп товарів і має важливе соціальне та економічне значення, задовольняючи споживчий попит і впливаючи на якість обслуговування учасників ринку [2].

Товарна політика є центральною складовою маркетингу компанії, визначаючи умови закупівлі та стратегії їхнього просування до споживачів. Вона виявляється у плануванні та виконанні маркетингових заходів, що створюють конкурентну перевагу і задовольняють потреби споживачів, сприяючи успіху компанії. Асортиментна політика стає все більш важливою в сучасних умовах, адже споживачі надають значення якості та різноманітності товарів.

Асортиментна політика є ключовою частиною конкурентної стратегії підприємства, визначаючи набір продукції з урахуванням різних принципів та обмежень. Коригування асортименту відбувається відповідно до змін на ринку, і приймається на основі маркетингових досліджень, щоб задовольнити найбільшу потребу споживачів.

Загалом, виробники формують свій асортимент на основі наступних типів, що впливають з класифікацій асортименту:

- Широкий товарний асортимент. Тобто, продукт, який включає в себе кілька товарних позицій, товарних ліній. Такий підхід часто використовується в невеликих локальних магазинах;

- Глибокий асортимент. Товар з обмеженим асортиментом, але з великою кількістю варіантів в даній товарній лінії. Такий підхід більше підходить для спеціалізованих магазинів (наприклад, м'ясних, кондитерських, будівельних).

- Змішаний асортимент. Це означає, що продавець виставляє товари, які відрізняються від основної концепції магазину. Прикладом може бути сувенірна крамниця в туристичному центрі. Коли туристичний сезон закінчується, власник магазину змушений продавати місцевому населенню товари першої необхідності [3].

Ці принципи також застосовуються в асортименті кисломолочних продуктів ПАТ "Житомирмолоко", де кожен тип продукту має свою ширину, глибину, інтегрованість та можливу сезонність.

Асортимент кисломолочних продуктів ПАТ "Житомирмолоко" досить різноманітний і включає різні види продукції. Розглянемо його в таблиці 1.

Таблиця 1

Асортимент кисломолочних продуктів ПАТ «Житомирмолоко»

Категорія	Товари в асортименті
Молоко	Звичайне молоко, молоко з вітамінами, молоко зі смаком, органічне молоко, знежирене молоко, молоко з додаванням кальцію
Йогурти	Йогурт натуральний, фруктові йогурти, йогурти з додаванням пробіотиків, дієтичні йогурти, грецькі йогурти, десертні йогурти
Кефір і ряжанка	Кефір з різним вмістом жиру, ряжанка з різним вмістом жиру, ряжанка зі смаком, кефірні напої
Сири	Тверді сири (Гауда, Чеддер, Пармезан), м'які сири (Брі, Камамбер, Рокфор), сирний крем, творожні сири
Творог	Творог нежирний, творог з високим вмістом жиру, творог зі смаком, творог для дітей
Продукти на основі кислого молока	Йогуртові напої, молочні десерти, морозиво (включаючи йогуртове морозиво), Біфірси та інші функціональні напої

Розробка стратегії асортименту кисломолочної продукції – важливий етап для підприємств у цій галузі. Вона включає аналіз ринку, визначення асортименту, виробництво, ціноутворення, маркетинг та розширення асортименту. Цей процес допомагає підприємству ефективно управляти продукцією, задовольняти потреби споживачів і забезпечувати конкурентоспроможність на ринку. Також важливою є розробка нових продуктів, яка дозволяє збільшити частку ринку і максимізувати прибуток компанії. Для успішного впровадження нових продуктів нами було проведено дослідження ринку та аналіз товарного асортименту з використанням матриці Бостонської консалтингової групи (рис. 1).

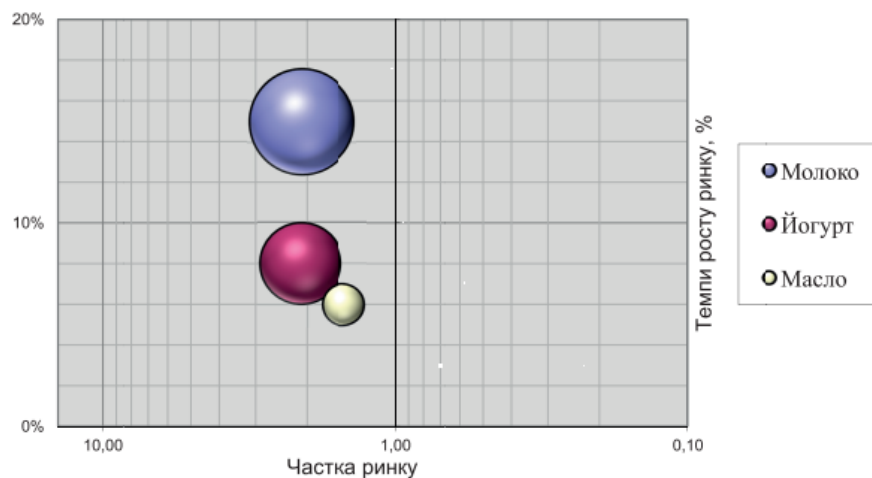


Рис. 1. Адаптована матриця Бостонської консалтингової групи ПАТ «Житомирмолоко»

Продукція компанії "Житомирмолоко" має велику частку на швидкозростаючих ринках і приносить високі прибутки, зокрема, молоко "Житомирське молоко" є лідером у своєму секторі. Дитячий йогурт "Молоко" для дітей від 8 місяців, один з нових продуктів, пропонується як натуральний молочний продукт, сприяючи здоровому харчуванню дітей та батьків. Він має вигоди для здоров'я, збалансований склад і високу якість, підтверджену міжнародними стандартами. Цей продукт позиціонується як продукт високої якості за доступною ціною.

Ринкові стратегії для нових продуктів включають стратегії охоплення ринку, конкурентні стратегії та стратегії позиціонування. Стратегії охоплення ринку включають сегментацію ринку, в тому числі макро- та мікросегментацію.

Водночас планування і облаштування торговельної будівлі впливають на ефективність обслуговування покупців. Приміщення магазину повинні відповідати його товарному профілю, забезпечувати високу продуктивність праці та механізацію

трудомістких процесів. Вони можуть бути поділені на приміщення для продажу, приймання та зберігання товарів, підсобні, технічні та адміністративно-побутові приміщення. Торговий зал, який є серцем магазину, має основне функціональне навантаження і повинен мати зв'язок з іншими зонами. При плануванні магазину слід враховувати послідовність торговельно-технологічних процесів та створювати умови для максимальної механізації робіт [1].

Майбутні стратегії мають використовувати сильні сторони компанії для подолання слабких сторін та використання можливостей, уникаючи загроз. Висока якість продукції та багаторічний досвід роботи на ринку сприяють лояльності споживачів і конкурентоспроможності бренду. Однак поява альтернативних продуктів може зменшити попит, а загрози, такі як кліматичні зміни, можуть ускладнити діяльність. Рекомендації для поліпшення асортименту включають видалення непопулярних позицій, впровадження безлактозних продуктів та екологічно чистої упаковки для бренду.

Реалізація ідеї з вдосконалення асортименту за рахунок додавання безлактозних продуктів виявиться економічно вигіднішою, оскільки попит на молочні продукти тваринного походження зменшився через алергії та непереносимість лактози. Технологічний прогрес дозволяє адаптувати молочні продукти до сучасних потреб споживачів, використовуючи процес ферментації лактози та технології переробки молока для видалення лактози. Це допоможе залучити нових клієнтів та задовольнити різні смаки ринку. Також важливо інвестувати в дослідження та вдосконалення, щоб мінімізувати недоліки, пов'язані з лактозою, та адаптувати можливості індивідуально до конкретного бізнесу.

Список використаних джерел

1. Близнюк С. В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку. Монографія. К. : Політехніка, 2019. 384 с.
2. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика. Підручник. К.: КНЕУ, 2020. 240 с.
3. Савощенко А. С. Інфраструктура товарного ринку: Навч. посіб. К.: КНЕУ, 2019. 336 с.

УДК [339.138:004.77]:334

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК КЛЮЧ ДО УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВА

Вероніка Палінчак

vpalinchak@ifkep.ukr.education

*Ірпінський фаховий коледж економіки та права, м. Ірпінь, Київська обл., Україна
Науковий керівник: викладач Руслана Васека*

Інтернет займає вагомую частину нашого життя. З розвитком соціальних мереж, з'явилась можливість для компаній, фірм та різного виду підприємств за допомогою Інтернет-маркетингу підвищити свою конкурентоспроможність у продажі послуг та товарів. Це дає змогу розширити свою потенціальну аудиторію, охопивши як власний регіон так і за його межами.

Беручи до уваги всі види маркетингу, значення Інтернет-маркетингу полягає в комплексному підході до просування товарів, послуг і брендів за допомогою онлайн-інструментів і каналів. Широкий спектр його методів веде до залучення та утримання клієнтів, а також до зростання впізнаваності та лояльності до бренду.

Інтернет-маркетинг має достатньо велику кількість різноманітних інструментів просування контенту. Він орієнтований на виконання різноманітних функцій, спрямованих на розвиток бренду або збільшення продажів певного продукту або послуги. Вивчення

попиту є ключовим аспектом, оскільки знання потреб аудиторії сприяє успішному просуванню продукту. Замість того, щоб створювати попит, маркетологам варто вивчити, що саме цікавить цільову аудиторію та надати їм необхідне. Аналіз ціноутворення важливий у зв'язку з високою конкуренцією в інтернеті. Дослідження ринку дозволяє визначити оптимальні цінові стратегії та адаптувати їх до змінних умов. Дослідження реклами та вибір оптимальних способів взаємодії з цільовою аудиторією є ще однією важливою складовою успішного інтернет-маркетингу. Застосування ефективних рекламних стратегій дозволяє привернути увагу потенційних клієнтів та збільшити їхній інтерес до продукту. Стимулювання збуту, через маркетингові активності, спрямовані на збільшення обсягу продажів, є необхідним елементом стратегії. Ефективні промоційні заходи допомагають стимулювати попит та забезпечують успішний збут продукту. [1]

Все ж такий вид маркетингу має як переваги так і недоліки. До переваг можна віднести наступні пункти: Цінова доступність. Вартість нижча, порівняно з телебаченням або рекламними бордами на вулицях. Більша охопленість активної аудиторії. Найефективніші користувачі Інтернету включають мільйонерів та зумерів. Це означає, що ця аудиторія має високий рівень доходу і звикла здійснювати покупки в Інтернеті. Використання інтерактивних елементів у рекламі, таких як банери, клікабельні посилання, інтерактивні кнопки та онлайн-тести, може значно підвищити продуктивність рекламної кампанії, привернути більше уваги аудиторії та зробити її більш ефективною. Пошук цільової аудиторії з високою точністю. Рекламодавець може легко налаштувати відображення реклами лише для тих користувачів, які дійсно проявляють інтерес до пропонованого продукту. Таким чином, він платить лише за покази, спрямовані на цільову аудиторію, використовуючи різні критерії сегментації, такі як географічні, соціальні, демографічні та інші параметри. Зручність та якість взаємодії з аудиторією. Реклама в Інтернеті часто спрямована на інтереси користувачів. Вони бачать релевантні оголошення, які можуть зацікавити їх. Відповідно, негативна реакція виникає значно рідше. Люди охоче спілкуються з рекламними матеріалами та проявляють інтерес до пропозицій. [2]

З недоліків можна також зазначити можливу довготривалу окупність проєктів, потреба в постійній оптимізації сайтів та сторінок, критичні відгуки формують негативне враження у клієнтів про продукцію, ризики шахрайства від псевдо-спеціалістів з Інтернет-маркетингу. Також важливо зауважити високу конкурентність та необхідність знань та досвіду у цій сфері. [3]

У сфері Інтернет-маркетингу є вдосталь різних інструментів та стратегій. Але слід виокремити декілька з них. Контекстна реклама: це тип онлайн-реклами, де оголошення висвітлюються користувачам залежно від їхнього пошукового запиту або контенту, який вони переглядають. SMM (в перекладі означає маркетинг у соціальних мережах)-це комплекс заходів спрямованих на просування товарів, послуг або бренду за допомогою різноманітних соціальних мереж, таких як TikTok, Instagram, Telegram, YouTube, Facebook. Таким чином, SMM є досить потужним інструментом для просування своєї продукції в Інтернеті та збільшення своїх продажів. SEO (в перекладі означає пошукова оптимізація)-це процес оптимізації веб-сторінки та його контенту для того, щоб він з'являвся якомога вище в результатах пошуку за певними ключовими словами. Це постійний процес, оскільки алгоритми пошукових систем постійно змінюються. Хоча це потребує постійної праці над оптимізацією свого сайту задля стабільно високої позиції. Контент-маркетинг-це маркетингова стратегія, яка фокусується на створенні та поширенні корисного, релевантного та цікавого контенту для залучення та утримання цільової аудиторії. Конкретна мета контент-маркетингу підвищити впізнання бренду, збільшити лояльність клієнтів, сформувати імідж компанії та налагодити комунікацію з клієнтами. E-mail маркетинг-це маркетинговий канал, який використовує електронну пошту для просування товарів та послуг. На відміну від вищезазначених інструментів допомагає краще інформувати про новини та акції, проводити опитування та активізувати неактивних клієнтів. Це лише

декілька з можливих варіантів та форм Інтернет-маркетингу. [4]

Рівень розвитку Інтернет-маркетингу в Україні продовжує зростати, пристосовуючись до глобальних тенденцій та викликів сучасного цифрового світу. Останні дослідження показують, що українські компанії активно використовують такі інструменти, як SEO, контекстна реклама, SMM, таргетована реклама, мобільний маркетинг та email-маркетинг.[5]

Також, в Україні спостерігається збільшення популярності відео-контенту, інтерактивного контенту та використання штучного інтелекту для створення персоналізованих рекламних кампаній. Мобільний трафік та месенджери як канали реклами також набувають все більшого значення.

У той же час, країна стикається з викликами, пов'язаними з війною та її впливом на економіку та населення, що вимагає від бізнесу бути гнучким й інноваційним, щоб адаптуватися до змін відносно умов. Загалом, інтернет-маркетинг в Україні продовжує розвиватися, незважаючи на складні обставини, підтверджуючи свою важливість та ефективність у сучасному бізнес-середовищі. [6]

Ефективне використання інтернет-маркетингу є ключовим для успішного розвитку сучасних підприємств. Застосування комплексного підходу, який включає SEO, SMM, контекстну та таргетовану рекламу, контент-маркетинг, мобільний та email-маркетинг, дозволяє ефективно привертати цільову аудиторію та підтримувати з нею взаємодію. Гнучкість та адаптивність стратегій інтернет-маркетингу, а також їх швидка оптимізація під зміни у поведінці споживачів та ринкових умов, є важливими для забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку підприємства. Крім того, інтернет-маркетинг сприяє підвищенню видимості бренду та формуванню позитивного іміджу компанії, що є необхідною складовою успішної бізнес-стратегії в сучасному цифровому світі.

Отже, реклама є досить вагомою складовою вдалого бізнес-плану. Проте вимагає сучасних підходів та новітніх технологій. Але Інтернет-маркетинг не вимагає надто великого бюджету що робить його доступним та вигідним. Даючи змогу вільно та комфортно спілкуватися з клієнтами, він є ефективним та результативним. У цілому, Інтернет-маркетинг є важливим інструментом для бізнесу у будь якій сфері, оскільки покращує всі аспекти діяльності підприємства. Завдяки соціальним мережам впізнаваність буде підвищувати продажі компанії.

Список використаних джерел:

1. Що таке Інтернет-маркетинг, відмінності від offline. Wezom: веб-сайт. URL: <https://www.bmb.com.ua/2020/01/shcho-take-internet-marketing.html>
2. Що таке Інтернет-маркетинг? Wezom: веб-сайт. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/chto-takoe-internet-marketing>
3. Голишева Є.О., Кириченко Т.В., Коваленко Я.А. СДУ. Особливості використання інструментів Інтернет-маркетингу на підприємстві. Молодий вчений-2014-№10(13).-С. 53-56
4. 10 найбільш популярних інструментів Інтернет-маркетингу. Marketer: веб-сайт. URL: <https://marketer.ua/ua/10-naibolee-populyarnyh-instrumentov-internet-marketinga/>
5. Комплексний інтернет-маркетинг: інструменти та переваги для бізнесу. Mavr: веб-сайт. URL: <https://mavr.ua/ua/kompleksnyy-internet-marketing/>
6. Інтернет-маркетинг: ефективне просування товарів та послуг. WebMate: веб-сайт. URL: <https://webmate.ua/internet-marketing-efektivne-prosuvannya-tovariv-ta-poslug>

УДК 339.138:378.4

РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ВІЙНИ

Яна Потапенко

gorlovaemili@gmail.com

*Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна
Науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки,
управління та адміністрування Анжела Гриліцька*

В сучасному світі ключову роль в економіці відіграють інновації, що швидко змінюють економічні галузі. За останні роки інтернет-мережа стала надзвичайно популярною, а кількість користувачів постійно зростає. Таким чином, сучасний бізнес не може ефективно функціонувати без використання інформаційних ресурсів глобальної мережі. Сучасні реалії виводять потреби споживачів на новий рівень, змушуючи компанії та організації переглядати свої маркетингові стратегії та використовувати сучасний інструментарій.

Бізнес все більше переходить в онлайн, оскільки це не тільки зручно, але й вигідно та менше вимагає енергозатрат. Порівнюючи можливості традиційної реклами і Інтернету, фахівці вбачають переваги останнього, оскільки він розвивається швидше. Таким чином, важливо завжди стежити за новітніми тенденціями в галузі Інтернет-торгівлі для максимальної ефективності рекламних компаній.

Більшість сучасних комерційних та некомерційних організацій мають свої веб-ресурси, блоги чи сторінки в Інтернеті. Однак просто створення і заповнення інформаційним контентом не гарантує популярності сайту, визнання компанії та автоматичного зростання продажів. Спеціалізована робота над популяризацією, SEO просуванням та підвищенням конверсії стає важливим компонентом інтернет-маркетингових стратегій [1].

Використання різноманітних інструментів маркетингу та інтернет-маркетингу, а також активне застосування трендів, рекламних каналів і просування в інтернеті, сприяють підвищенню відвідуваності сайту та підвищенню рівня продажів. Специфіка онлайн маркетингу полягає в можливості взаємодії з найширшою цільовою аудиторією, привертанні максимальної кількості потенційних клієнтів і утриманні існуючих. Зростання інтернет-маркетингу призводить до постійних змін в стратегіях та технологіях, тому для забезпечення ефективності підприємства важливо відстежувати останні тенденції у цій галузі.

Інтернет-маркетинг - це відображення концепції взаємодії, яка з'явилася в 1995 році і продовжує розвиватися, що дозволяє споживачам самостійно взаємодіяти з виробниками або посередниками, створюючи "бесіду" у вільній та невимушеній формі [3].

За допомогою інтернет-маркетингу можливо привертати увагу потенційних споживачів, збільшувати популярність продукції або сайту в мережі та просувати їх з метою здійснення продажів [2]. Десять років тому майже не вивчали ринок інтернет-маркетингу, але на сьогоднішній день він переживає період стрімкого росту. Деякі підприємці віддають перевагу оголошенням у газетах, ігноруючи контекстну рекламу. Однією з переваг електронного маркетингу є його інформативність. Будь-який потенційний покупець може використовувати Інтернет для отримання інформації про товар та його придбання. Результативність інтернет-маркетингу порівняно з традиційною рекламою вища, адже стандартні методи часто є витратними та непродуктивними [2].

На початку повномасштабної війни, ні бренди, ні споживачі не були готові до вибуху страху, невизначеності та хаосу, які обрушилися на Україну. Розумно, що традиційні підходи до маркетингу та реклами втратили свою актуальність, а більшість брендів фактично

опинилися в безпорадності.

У перші дні повномасштабного вторгнення мережі були заповнені, з одного боку, рекламними креативами, які нагадували про довоєнні часи, а з іншого — жахливими кадрами воєнних подій. Пізніше, очевидно відчувуючи безглуздість такого поєднання, деякі компанії обрали стратегію повного мовчання та відмовилися взаємодіяти з аудиторією. Це виглядає дивно, адже навіть категорії брендів, які раніше так вчиняли (наприклад, у сферах розваг та алкогольних напоїв), вибирали такий підхід. Проте, через декілька місяців війни бренди почали поступово "розморожуватися", хоча деякі з них не розуміли глибинного значення поточного моменту у житті суспільства і вибирали поверхневі, декоративні стратегії. Це, на жаль, не привело до успіху.

Під час підвищеного тиску споживачі все більше вимагають швидких трансформацій та очікують цього від брендів. Українці вважають, що бренд повинен мати такий самий вплив у суспільстві, як інші інституції, такі як влада, релігійні чи освітні установи. Загалом більшість користувачів очікують, що великі компанії внесуть позитивний внесок у майбутнє суспільство. Війна відкрила неможливість деяких брендів відповісти викликам часу та підсилила питання про їхню соціальну значущість. Ігнорування брендами поточного моменту, який грає ключову роль у житті суспільства, раніше виводило їх в аутсайтери, але тепер воно розглядається як неприйнятна позиція [5].

Спростовуючи сумніви, можна відзначити, що бренд в умовах війни відіграє важливу роль, оскільки:

1. Потенціал у деяких категоріях застигає, що робить органічний ріст неможливим.
2. Споживча база скоротилася через міграцію та інші фактори, що робить бізнесу необхідність в більш сильній конкуренції за залишившіся гаманці.
3. Девальвація гривні та ускладнення логістичних ланцюжків вже призвели до переоцінки товарів у деяких категоріях. Підвищення цінності бренду є ключовим елементом утримання споживача.
4. Зараз ідеальний момент потрапити в "шорт-лист" споживача.
5. З урахуванням підвищених вимог до соціальної місії брендів, комунікація в цей період стає складнішою. Споживачі вірять, що їхні вибори можуть впливати на соціальний та навіть політичний розвиток. Відтак, важливо адекватно реагувати на соціально-політичні події та спілкуватися про власні цінності — це необхідно для кожного бренду. Це підтверджується даними від Gradus, згідно з якими лише 21% споживачів вибирають бренд за функціональними характеристиками товару.

Як повинен виглядати маркетинг у воєнний час

Щоб не тільки утримати свою аудиторію в складних часах, але й здобути прихильність нових споживачів, брендам слід дуже обережно вести себе в інфопросторі та змінити свій підхід на користь відповідального маркетингу. Зокрема, це означає:

1. Відмовитися від стратегії замовчування та уникати суспільних тем, які "не стосуються" бренду.
2. Не використовувати війну як можливість для інфоприводів та унікасння недоцільних аспектів.
3. Розсудливо підходити до використання декоративних елементів, таких як синьо-жовта кольорова гама, соняшники, українська символіка чи мілітарна ідентичність в конкретному контексті.
4. Демонструвати прозору та зрозумілу політичну, соціальну, екологічну та культурну позицію, підтверджуючи це корисними діями (оскільки 64% споживачів віддають перевагу брендам, які займаються соціальними проблемами, а не тільки прибутком).
5. Дотримуватися обіцянок, вказаних у ключовому комунікаційному повідомленні компанії, та утримуватися від надмірних обіцянок.
6. Спрямовувати увагу на те, щоб бренд став людянішим та відкритішим, змінюючи акцент зі споживача на людину, і не показувати готовність отримувати прибуток з кожним

контактом із споживачем.

7. Максимально спростувати досвід використання продукту чи пропонувати нові функції, що допомагають людям оптимізувати свій спосіб життя в умовах воєнного стану та невизначеності.

8. Підтримувати оптимізм та розважати обережно, наприклад, за допомогою відповідного гумору у воєнний період.

Загалом, комунікація під час війни повинна адаптуватися до поточних умов, зважаючи на зміни в ставленні до брендів та споживацької поведінки. Маркетингова стратегія повинна створювати щиру та відповідальну комунікацію, де на першому місці завжди стоять загальнолюдські цінності.

Отже, в умовах економічної кризи та воєнного стану, коли конкуренція і вимоги ринку можуть зростати, ключовою стає необхідність систематичного та цілеспрямованого підходу до digital-маркетингу. Це дозволяє компаніям стати більш конкурентоздатними, привертати та утримувати клієнтів, а також ефективно використовувати свої ресурси.

Список використаних джерел

1. Білик, В. В., Сергієнко, О. А., Крупенна, І. А. Інструменти цифрового маркетингу в умовах трансформації комунікацій сучасної організації. *Науковий вісник Чернівецького університету*, 2020. С. 33-40.

2. Що таке інтернет-маркетинг? Веб-сайт. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/chto-takoe-internet-marketing>

3. Бондаренко, О. С., Цимбаленко, Н. В. Цифрові інструменти в торговельному маркетингу. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*, 2022. С. 65-77.

4. Котлер, Ф. *Маркетинг від А до Я: 80 концепцій, які варто знати кожному менеджеру*. Альпіна. 2021.

5. Витвицька, О., Суворова, С., Корюгін А. Вплив цифрового маркетингу на розвиток підприємництва в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2022.

УДК 339.1-051

СУЧАСНІ РЕАЛІЇ УКРАЇНСЬКОГО РИТЕЙЛУ

Світлана Піскова

Sdybovich1071@gmail.com

викладач кафедри економіки, управління та адміністрування
Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

В Україні значну частку соціально-економічної сфери займає роздрібна торгівля, яка останніми роками нарощує свої обсяги. Вона є важливою складовою сектора економіки України та сприяє просуванню товару до споживача. Входження до цього бізнесу досить легке, і це дає змогу розпочати власну справу підприємцям з будь-яким капіталом.

Роздрібна торгівля, або ритейлінг, – це продаж товарів і послуг, доступних усім покупцям, у торгових центрах, салонах, через Інтернет-сервіси. Іншими словами, роздрібна торгівля – це здійснення комерційної діяльності, метою якої є задоволення споживчих потреб. [1].

Ритейл можна класифікувати за різними критеріями, такими як вид торгівлі, асортимент товарів (продовольчі або не продовольчі), а також за категоріями та типами товарів, які пропонуються споживачам. Серед типів можна виділити основні: [2].

- Продуктовий ритейл, що орієнтований на продаж харчових продуктів, предметів першої необхідності та товарів для дому.

- Стріт-ритейл, який спеціалізується на продажі товарів у вуличних торгових точках, кіосках.
- Фешн-ритейл, який зосереджений на продажі модного одягу, взуття та аксесуарів.
- Онлайн-ритейл, де товари продаються та купуються через Інтернет за допомогою веб-сайтів, мобільних додатків та інших платформ.

▪ Мережевий ритейл, де декілька магазинів або точок продажу належать одній компанії або мережі, яка керується централізованою системою управління та брендування.

На сучасний момент, ритейл в Україні активно розвивається, проте залишається в основному традиційним. Основні учасники ринку це супермаркети, гіпермаркети, торгові мережі, магазини з продуктами харчування, аптеки, електронна комерція та інші сектори. Конкуренція на цьому ринку є суворою, що підтримує торгові компанії в активному розвитку та пошуку нових стратегій для приваблення клієнтів. Деякі підприємства зосереджуються на розширеному асортименті товарів та низьких цінах, тоді як інші акцентують увагу на високій якості продукції та обслуговуванні. Серед найбільших учасників роздрібного сектору України можна виділити такі бренди, як Сільпо, Епіцентр, АТБ, Аврора, Novus, Метро.

Війна внесла значні зміни в споживчі настрої та потреби українців, що в свою чергу вплинуло на діяльність ритейлу та інші галузі бізнесу. Ритейлерам доводиться постійно адаптуватися до нових викликів, зокрема, до ускладнення поставок товарів через пошкодження інфраструктури та дефіцит палива, а також через переїзд людей в більш безпечні місця, зокрема виїзд за кордон та аварійні відключення електроенергії. Ритейлу необхідно швидко реагувати на ці зміни, щоб забезпечити доступність товарів до споживача.

Серед основних факторів, які негативно впливають на діяльність ритейлу в умовах воєнного стану — відсутність оборотних коштів, висока орендна плата та комунальні платежі, високі витрати на оплату податків та ін. Зменшення прибутковості призвело до значного скорочення оборотних коштів, у ритейлерів з'явилась необхідність у залученні кредитів. [3].

Суттєво на ритейл вплинуло зменшення кількості працівників магазинів, які відповідають за нормальне функціонування торгових залів, кас, складів та організацію логістики. Особливо це стосується професій та спеціальностей, які вимагають фізичної праці та традиційно привертають чоловіків. Згідно з чинним законодавством, компанії зобов'язані забезпечувати місця за працівниками які мобілізовані або беруть участь у територіальній обороні, виплачуючи їм середню заробітну плату. У зв'язку з цим компанії змушені наймати нових працівників, що призводить до збільшення фонду оплати праці та зростання податкового тягару у вигляді податку з доходів фізичних осіб у загальних витратах компанії.

Але не зважаючи на всі випробування які спіткали роздрібну торгівлю країни з моменту повномасштабного вторгнення- ритейл не лише функціонує а й набирає обертів.

За 2023 рік в Україні було зареєстровано понад 300 тисяч нових ФОП та 37 тисяч нових компаній. Найбільше нових бізнесів відкрилося у сфері роздрібної торгівлі. Так, перед початком повномасштабного вторгнення перше місце за кількістю реєстрацій нових ФОП посідав КВЕД "Комп'ютерне програмування, консультування та пов'язана з ними діяльність", а категорії "Надання інформаційних послуг" та "Надання інших індивідуальних послуг" обіймали третю та четверту позиції. Станом на 2023 рік до топів найпопулярніших ФОП увійшли галузі пов'язані з торгівлею. Програмісти посіли друге місце, поступившись ритейлу, третє місце посів бізнес у сфері оптової торгівлі.

Загальна кількість працюючих точок у жовтні 2023 року перевищує 17 тисяч, що дорівнює 101,9% від довоєнного рівня. За 20 місяців вторгнення ритейл збільшився на 30,9%, а саме: [4].

- Фуд ритейл- працює понад 5 тисяч магазинів, що складає 100,2% від довоєнного рівня.
- Non-food ритейл -3715, що дорівнює 110%.

- Аптеки- 4422, що складає 116%.
- Фешн- 668, що дорівнює 91%.
- Електроніка та побутова техніка- 954, що складає 88%.
- АЗК-1476, що дорівнює 94%.
- Ювелірний ритейл- 954, що дорівнює 73%.
- Будматеріали- 164, що дорівнює 114%.

Військовий стан ускладнює роботу підприємств. Українському ритейлу слід бути готовим до постійних змін, бути гнучким, швидко адаптуватися до нових умов, розвиватися та інвестувати в навчання працівників та підтримку міжнародних зв'язків.

Ритейлинг очікує підтримки з боку держави у зменшенні податкового навантаження, пониженні вартості комунальних послуг та орендної плати, перегляді ціноутворення на продукти харчування та розширенні програм підтримки бізнесу. Стабільна робота роздрібного сектору в умовах воєнних дій є ключем до продуктової безпеки країни та швидкого відновлення економіки, враховуючи його вплив на інші галузі, збереження робочих місць та загальний добробут нації.

Список використаних джерел

1. Євтушенко В.А., Рахман М. С., Дяченко Ю. І. Сучасний стан і нові реалії роздрібної торгівлі України. *Бізнес Інформ*. 2021. №9 с. 116-123. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-9-116-123> (дата звернення 05.04.2024).
2. Олійник Т. І., Іванова М. О. Розвиток ритейлу в Україні. *Молодий вчений*, 2024. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2024-1-125-1> (дата звернення 05.04.2024).
3. Продовольча НЕ безпека: скільки протримається український фуд-ритейл в умовах війни. RAU. URL: <https://rau.ua/novyni/ckilki-protrimaietsja-fud-ritejl/> (дата звернення 08.04.2024).
4. Підсумки року в ритейлі та девелопменті: головне з RAU Summit 2023. UCSC: [сайт]. URL: <https://www.ucsc.org.ua/pidsumky-roku-v-rytejli-ta-developmenti-golovne-z-rau-summit-2023/> (дата звернення 08.04.2024).

УДК 336.025

ПЕРСОНАЛЬНА СТРАТЕГІЯ ТА ОСОБИСТИЙ БРЕНД

Максим Савченко
ip2018jdd@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна
Науковий керівник: викладач Світлана Харченко

У часи стабільності існує впевненість у майбутньому, що дозволяє розробити план і слідувати йому. Під час кризи та нестабільності - стратегія має перетворитися на серію дослідницьких експериментів, спрямованих на вивчення умов, використання можливостей та навчання з досвіду. Основні труднощі в стратегічному управлінні виникають на індивідуальному рівні та залежать від корпоративної культури організації. Поширеною є ситуація, коли люди не мають усвідомлених стратегій та спочатку створюють колективні стратегії, а потім намагаються узгодити їх між собою [5]. Якщо в людини немає власної стратегії, культури стратегічного мислення та навичок стратегічного управління, то вона зазнає постійного ризику перехоплення управління (керованості), тобто підміну особистих стратегічних цілей інтересами зовнішніх акторів («Суспільство має бути прозорим», худ. фільм «Сфера», 2017). Управлінці, ментори та консультанти, керівники проектів працюють

над персональними викликами в організаційному контексті [3]. Відповідно, важливість усвідомленого стратегічного управління на персональному рівні зростає.

Загалом, особиста ефективність – це здатність людини ефективно досягати своїх цілей і завдань, максимально використовуючи ресурси, час і таланти, і при цьому зберігаючи баланс у різних сферах життя (здоров'я, діяльність, відносини, внутрішні сенси та цінності). Управління особистими змінами спрямоване на подолання бар'єрів на шляху до змін та розкриттю особистого потенціалу. До списку необхідних та актуальних якостей та навичок, яким необхідно навчитись протягом життя, можна віднести: управління своїм навчанням, турбота про себе, культурні навички, читацька грамотність, технологія та інформація, знання про роботу, участь в житті інших, робота в команді.

Стратегування – це передусім про персональні вибори (створення особистого кейсу). *Персональна стратегія* досліджує напрямки, можливості та обмеження, за рахунок чого буде досягатись успіх в довгостроковій перспективі. Стратегія деталізується такими складовими як *місія* (практичні цілі та кроки), *цінності* (вибори та принципи) та *бачення*, чи *візія* - що ми будемо. В арсеналі стратегічного мислення є низка інструментів, які застосовуються для того, щоб дослідити зовнішні умови (контекст) і внутрішні умови (контент) людини у роботі над персональною стратегією.

Цінності, інтереси та здібності (ЦІЗ) – це те, що визначає, хто ми і чого хочемо (основоположні визначники нашого «Я»). Вони є унікальними як відбитки пальців, набір цінностей, що впорядкований за пріоритетами. Персональний аналіз ЦІЗ передбачає: складання особистих списків ЦІЗ, формування трьох кіл, на перетині яких проявляються цікаві інсайти. *Цінності* - це призма, скрізь яку ми дивимся на світ; *інтереси* – невід'ємна частина внутрішньої природи людини, що характеризує нас як особистість; *здібності* – наші унікальності (що ми робимо, і це покращує світ навколо). Такий аналіз варто проводити раз на рік. Це і про можливість зростати.

Одним з найпоширеніших аналітичних методів, який дозволяє в комплексі оцінити сильні та слабкі сторони компанії, а також можливості й загрози, що впливають на неї, є універсальний метод *SWOT-аналіз*. Його можна застосовувати в рішеннях, пов'язаних з завданнями бізнесу, а також при аналізі особистих питань (різні етапи життя, в т.ч. навчання розглядається як проект. *S* – навички, знання, здібності та інші якості, які дають переваги. *W* – що заважає в досягненні цілей. Наприклад, відсутність потрібних знань, над якими особистими якостями необхідно працювати. *O* – зовнішні фактори, які відкривають перспективи. *T* – зовнішні фактори, які служать бар'єрами чи заважають в досягненні цілей. *Внутрішні точки опори* – що використовуємо та розвиваємо, *зовнішні* – діємо відповідно до можливостей так досліджуємо.

Піраміда логічних рівнів (піраміда Ділтса) – це концепція, що допомагає зрозуміти сенс дій людини (або компанії) на різних рівнях: *оточення, дії, здібності, цінності та переконання, особистість*, і, нарешті, *місія*. В кожен сектор записується основна узагальнююча думка щодо персонального рівня і свій висновок. Наприклад, японські компанії базуються на засадах цінності та місії, яка буде актуальною і через 100-200 років. Як правило, щоб скоригувати дії поведінку, необхідно вносити корективи на рівні або здібностей, оточення чи навіть місії.

Особистий бренд – це не просто сторінка в інстаграмі. Це те, що про вас говорять в результаті вашої діяльності; унікальна сума - особистості, навичок та досвіду, яку людина представляє в суспільстві. «Бренд – це те, що про вас говорять люди, коли вас немає у кімнаті» (Джефф Безос). *Особиста бренд-стратегія* відображає індивідуальність, підкреслює те, хто ви і чим живете, що ви можете запропонувати іншим як фахівець-компетист. Одна з поширених формул успіху: «20% професійність, 80% відомість». Критерії успішного бренду: вирізнятись (самобутність), мати свій стиль (впізнаваність), бути присутнім в інформаційному просторі (видимість), персональні сенси (змістовність).

Особисті архетипи використовуються для просування своїх продуктів, програм,

проектів, подій. В кожному з нас присутні всі можливі архетипи, але є процеси та активності, які саме нам дають натхнення та енергію. Персональний архітип - поведінкові сюжети, типи активностей, місця докладання зусиль, ритми та алгоритми діяльності. Відповідно до обраних підходів можна дослідити, які з архітипів (кілька) більше визначають Вашу вроджену структуру: *пріоритети, тип мислення, емоції та бажання*. За першим підходом: свобода, індивідуалізм, належність, порядок або така класифікація як: діяч (правитель, герой, бунтар, шукач), емоційні прояви (простодушний, естет, «хороший хлопець», блазень), когнітивні прояви (мудрець, маг, творець, хранитель). Обрані структурні елементи брендингу стають частиною персонального позиціонування фахівця. До обраних архетипів формується короткий опис-візуалізація: як проявляється архетип (картинка, що більше подобається по стилю) [2].

Бути крутим інженером добре, але потрібно ще дещо — навчитися розповідати про свої досягнення [4]. Це і про бізнес та персональний внесок. Створення сильного особистого бренду допомагає розвивати кар'єру, залучати партнерів та клієнтів. Важливо будувати особистий бренд, адже це: підвищення впізнаваності; залучення цільової аудиторії, однодумців; висока конкурентоспроможність; можливості для співпраці і партнерства; забезпечення довіри і авторитету [1]. Дослідження власної цільової аудиторії передбачає аналітику: хто ці люди, які в них потреби і інтереси, з якими проблемами вони стикаються та які рішення шукають. Персональний візуал – це, перш за все, кольори, іміджеві теми, формат відео (власні ідеї, з чим є бажання поділитись). І, нарешті, безпосередній план дій – створення контенту в своїй ніші та вибір каналів комунікації з власною аудиторією.

Побудова бренду включає пошук відповідей за такими питаннями:

- визначення: *хто я?* (моя сфера інтересів, досягнення, прогрес, яким цікавим фактом про себе я хочу поділитись);
- вміння: *що я роблю добре?* (основні навички, якими навичками найбільш пишаюсь, де я можу проявити себе найкраще);
- підходи: *як саме я це роблю?* (м'які навички, сприйняття оточенням, яким я хочу, щоб мене вважали зараз).
- місія: *для чого я це роблю?* (моя мета, які результати хочу бачити, який вплив має моя діяльність, як я хочу, щоб мене запам'ятали?)

Отже, розробка персональної стратегії та стратегії просування особистості (бренд-стратегія) розпочинається з розуміння своєї глобальної цілі, що надихає, налаштовує на прогрес, мотивує на досягнення кращих результатів щодня. Успішний самоменеджмент – це подорож, яка вимагає відданості, дисципліни та постійного вдосконалення.

Список використаних джерел

1. 7 причин, чому ваш особистий бренд не працює: веб-сайт. URL: <https://happymonday.ua/7-prychyn-chomu-vash-osobystyj-brend-ne-pratsyuje> (дата звернення 11.04.2024)
2. 12 архетипів брендів: які вони і для чого потрібні в маркетингу: веб-сайт. URL: <https://bazilik.media/12-arkhetypiv-brendiv-iaki-vony-i-dlia-choho-potribni-v-marketynhu/> (дата звернення 11.04.2024)
3. Більше ніж просто бізнес: як цінності формують корпоративну культуру «Делойт» в Україні. Об'єднані цінностями: веб-сайт. URL: <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/press-room/deloitte-press/2024/how-values-shape-corporate-culture.html> (дата звернення 11.04.2024)
4. Від невидимих до безцінних: як презентувати свої досягнення на роботі: веб-сайт. URL: <https://career.softserveinc.com/uk-ua/stories/from-invisible-to-invaluable-the-right-way-to-present-your-achievements> (дата звернення 11.04.2024)
5. Вишневецький О.С. Загальна теорія стратегування: від парадигми до практики використання: монографія / НАН України, ІЕП. – Київ, 2018. – С. 91-95.

УДК 656.025.4:339.13.017

АНАЛІЗ ЗМІН ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Сасін Вікторія

vikasasin0@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: к.е.н., Полях Сергій

Логістична діяльність автотранспортного підприємства є невід'ємною частиною ринку вантажних перевезень. Вантажні перевезення, як частина логістики, необхідні для безперебійного пересування товарів, як в межах країни, так і за її межами. До 24 лютого 2022 року галузь вантажних перевезень виявила стійкий розвиток, але ситуація на ринку кардинально змінилася через російське вторгнення. В Україні одночасно змінилися пріоритети вантажного перевезення: майже єдиним видом залишилися автомобільні вантажні перевезення.

Значна важливість галузі вантажних перевезень для української економіки призвела до проведення значної кількості досліджень, спрямованих на вивчення особливостей, проблем і перспектив розвитку даної сфери. Зокрема науковці ретельно досліджують стан ринку вантажних перевезень та його окремі сегменти з до та початку воєнних дій. Саме тому необхідним є аналіз змін в обсягах вантажних перевезень до та після початку воєнних дій (рис. 1)

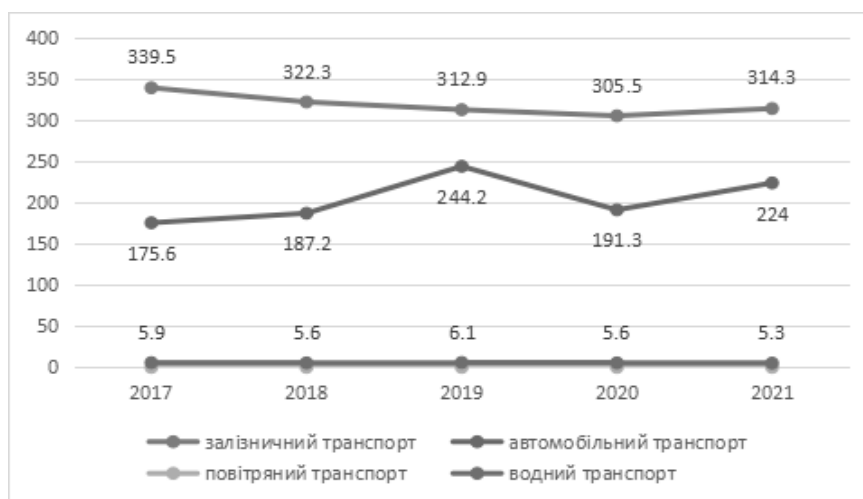


Рис. 1. Динаміка обсягів вантажних перевезень різними видами транспорту за період 2017 - 2021 рр.

Джерело: складено автором за даними [1]

До масштабного російського вторгнення український ринок вантажних перевезень характеризувався рядом позитивних та негативних тенденцій. Серед позитивних можна виділити такі:

- позитивна динаміка вантажних перевезень усіма видами транспорту, незважаючи на незначний спад в 2020 році, що було закономірно зважаючи на пандемію на COVID-2019 (рис. 1);
- зростання частки автомобільного транспорту;
- зростання ролі цифрових технологій при здійсненні логістичної діяльності автотранспортними підприємствами.

У той же час у галузі існували також деякі негативні аспекти, серед яких можна відзначити низький рівень розвитку логістичної інфраструктури в Україні, неефективну роботу пунктів пропуску на кордоні, складну систему отримання дозволів на перевезення

вантажів в європейські країни та інші [2, 3]. Проте, незважаючи на згадані проблеми, у цій галузі існував значний потенціал для подальшого розвитку.

Після початку широкомасштабного російського вторгнення на територію України ситуація на ринку вантажних перевезень стала майже катастрофічною. З чотирьох традиційних сегментів ринку - авіаційного, морського, залізничного та автомобільного - діяльність перших двох була фактично призупинена, оскільки повітряний простір та більшість морських портів України були закриті відразу після введення режиму воєнного стану. А залізничний та автомобільний транспорт у 2022 році мав зростання обсягу вантажних перевезень на 8,4% до 2021 року. Але вже у квітні даний показник впав на 60,1%, у травні – на 58,9%, у червні – на 58,5%, у липні – на 57,2%, у серпні – на 58,4%, у вересні – на 56,6%, у жовтні – на 52,4%, у листопаді – на 56,7%, у грудні – на 55,1% [4]. Отже, на залізничний та автомобільний транспорт покладалися завдання компенсувати втрачені ресурси галузі. Однак, функціонування зазначених сегментів в умовах воєнного стану супроводжувалося низкою негативних чинників, включаючи:

- недоступність деяких маршрутів перевезень, у зв'язку з окупацією таких регіонів як: частина Донецької області, Запорізької, Херсонської та вся Луганська область. Слід зауважити, що перераховані регіони були промисловими та сільськогосподарськими регіонами;

- брак людських ресурсів в логістичній діяльності, так як більшість працівників пішла на фронт;

- руйнування інфраструктури (мостів, доріг, АЗС, підприємств паливно-енергетичного комплексу), які є невід'ємною частиною логістичної діяльності автотранспортних підприємств;

- перетворення вантажних перевезень із комерційного сектору на соціальний, оскільки більшість підприємств почала використовувати автотранспорт для перевезення гуманітарної допомоги як населенню в зоні бойових дій так і військовим;

Згідно з аналітичними даними про тенденції розвитку ринку вантажних перевезень у 2022 році [5], війна призвела до зниження обсягів автомобільних перевезень на 22%, залізничних – на 48%, морських – на 85%, а авіаційних – майже на 100% (рис. 2).

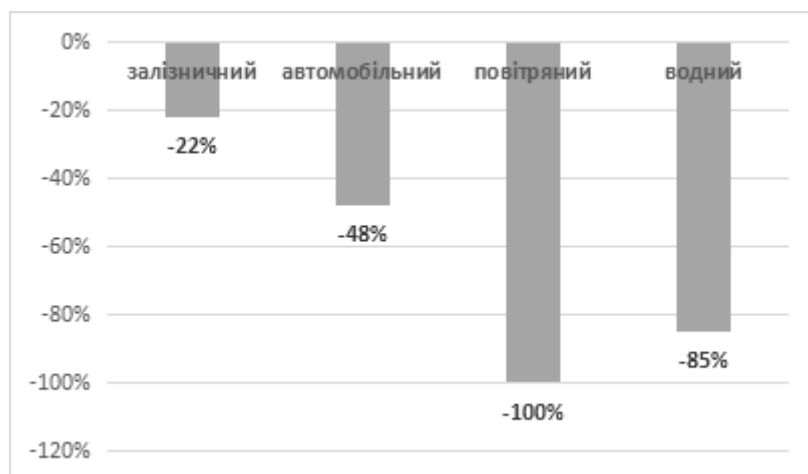


Рис. 2. Показники зниження обсягів вантажних перевезень за різними видами вантажних перевезень

Джерело: складено автором за даними [5]

Однак міжнародні перевезення виявилися особливо важливими у цей період, оскільки обмеження експорту основних аграрних товарів України (таких як пшениця, кукурудза, ячмінь і т.д.) створили гостру потребу в забезпеченні зовнішньоторговельного обороту, що є ключовим для притоку іноземної валюти до України та стабілізації економічного стану.

Зусиллями державних структур та приватного сектору вдалося підтримати обсяг вантажообороту в міжнародному сполученні на рівні 91,2 млн т в 2022 році, при цьому 59,5% (54,2 млн т) забезпечив наземний транспорт, а 38,6% (35,2 млн т) – морський [5].

Проте, імпорт товарів в 2022 році забезпечили в основному автотранспортні підприємства, А Обсяг імпорту товарів у грошовому еквіваленті складав 64%, а за обсягом 35%.

Автотранспортні підприємства в Україні в 2023 році в переважній більшості зазнають збитків, оскільки ситуація на ринку вантажних автомобільних перевезень України, ситуація стала критичною через ряд проблем. Одна з ключових – це різкий розрив між вартістю палива та вартістю фрахту перевезень. Це привело до того, що тарифи на перевезення стали надто низькими, недостатніми для забезпечення достатнього рівня оплати для перевізників, що в свою чергу призвело до погіршення ефективності функціонування та фінансування автотранспортних підприємств. Це стимулювало масове банкрутство транспортних компаній, що має прямий вплив на сплату податків, збереження робочих місць та наповнення бюджету України, особливо в умовах війни.

Однак, важливо відзначити, що недостатність нормативного регулювання ринку також викликає серйозні проблеми. Наявність великої кількості не компетентних диспетчерських, експедиторських організацій та фізичних осіб, які не розуміють структуру тарифів на перевезення, робить ситуацію ще складнішою. Це може призвести до ще більшого спаду якості послуг і відповідно до спричиняти ще більше проблем для перевізників і споживачів.

Для вирішення цих проблем потрібні комплексні заходи, включаючи перегляд тарифної політики, впровадження ефективного нормативного регулювання, підвищення кваліфікації учасників ринку та забезпечення контролю за їх діяльністю. Тільки таким чином можна забезпечити стабільність на ринку вантажних перевезень і покращення ситуації в цій галузі важливого сектора економіки України.

Список використаних джерел

1. Транспорт України 2021. *Статистичний збірник*//Державна служба статистики України. URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2023/zb/10/zb_Trans_22.pdf (дата звернення: 04 квітня 2024).
2. Прокудін Г.С., Чупайленко О.А., Дудник О.С., Прокудін О.Г. Шляхи вирішення проблем управління вантажопотоками в транспортних системах України. *Вісник Східно-українського національного університету імені Володимира Даля*. 2020. № 5 (261). С. 33–39.
3. Деркач Е. М. Правові питання лібералізації міжнародних перевезень вантажів автомобільним транспортом. *Київський часопис права*. 2022. № 1. С. 73–79.
4. Як повномасштабна війна вплинула на обсяги перевезень в Україні. *Слово і діло*. URL:<https://www.slovoidilo.ua/2023/03/31/infografika/ekonomika/yak-povnomasshtabna-vijna-vplynula-obsyahu-perevezen-ukrayini> (дата звернення: 10 квітня 2024).
5. Ринок вантажних перевезень у 2022 році *TradeMasterGroup*. URL: <https://trademaster.ua/articles/313620> (дата звернення: 05.04.2024)

УДК 339.923(043)

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ДЛЯ БІЗНЕСУ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ

Вікторія Синільник

vikasinilnik27@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: викладач Таміла Залозна

Сучасні соціальні мережі не лише стали важливим каналом комунікації для користувачів, але й відкрили широкі можливості для бізнесу. Зростаюча кількість користувачів соціальних мереж та їх активність створюють нові можливості для підприємств у сфері маркетингу, продажів, клієнтського сервісу та бізнес-аналітики.

Споживачі сьогодні очікують від підприємств активної присутності у соціальних мережах, здатності оперативно реагувати на їх запити та коментарі, а також надавати відповіді на їх запитання. Саме тут знаходяться нові можливості для брендів отримати зворотний зв'язок від своєї аудиторії, збудувати ближчі відносини з клієнтами та стимулювати їх до взаємодії та покупок.

Крім того, соціальні мережі надають унікальну можливість для таргетування аудиторії з точністю до конкретних інтересів та характеристик, що дозволяє підприємствам залучати увагу саме тих людей, які мають потенційний інтерес до їх продуктів чи послуг [1]. Таким чином, дослідження та вдосконалення стратегій використання соціальних мереж для бізнесу стає надзвичайно актуальною темою в сучасних умовах, де взаємодія з аудиторією та її вплив на успішність підприємства стають все більш важливими факторами.

Сучасний маркетинг суттєво відрізняється від того, який був всього лише декілька років тому. Наразі використовуються зовсім інші маркетингові інструменти, без яких неможливо уявити успішне комерційне підприємство, яке б розвивалося. Тому найбільша увага приділяється розвитку соціальних мереж: Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn, X тощо.

Наразі реклама, листівки, пряма поштова розсилка та електронна пошта не мають такого впливу, як раніше. З підвищенням обізнаності серед цільової аудиторії компаніям доводиться винаходити нові способи справити враження та виділитися серед конкурентів.

Соціальні медіа та соціальні мережі – це абсолютно нова галузь сучасних технологій, яка особливо важлива, коли йдеться про її роль у маркетингу. Якісна та своєчасна інформація має велике значення і роль маркетингу полягає в тому, щоб осмислити її у своїй стратегії та впровадити в щоденний бізнес [2, с.363]. Йдеться про розуміння ефективності таких платформ, як Instagram, Facebook, TikTok і X (раніше Twitter) для підвищення обізнаності, залучення та стимулювання зростання бізнесу.

Будь-які підприємства зацікавлені у збільшенні своєї частки прибутку, тому, очевидно, що вони позитивно думають про збільшення частки ринку, а сучасні технології дозволяють це зробити так, як це було неможливо до впровадження соціальних мереж у реальність клієнтів. Фірми, які не зможуть освоїтися на новому більш пов'язаному та інтерактивному ринку, неминуче відстануть.

Кількість користувачів соціальних мереж постійно зростає. Близько 6 платформ мають понад 1 мільярд активних користувачів щомісяця, а решта 17 платформ мають понад 300 мільйонів. У той же час глобальний користувач зараз в середньому присутній в більш ніж 8 різних соціальних мережах. У свою чергу, близько 45% користувачів Інтернету [1] в усьому світі хоча б раз звертаються до соціальних мереж, шукаючи інформацію про продукти чи послуги, які вони збираються придбати.

Незважаючи на те, що популярність таких тактик, як штучний інтелект та чат-боти, зростає, маркетологи все ще вважають перевірені та справжні цифрові підходи як

найефективніші. Пошукова оптимізація (SEO) [3], соціальні медіа та публікації в блогах вважаються найефективнішими використаними тактиками цифрового маркетингу

На рис. 1 показано стан ефективності різних каналів цифрового маркетингу в соціальних мережах [2].

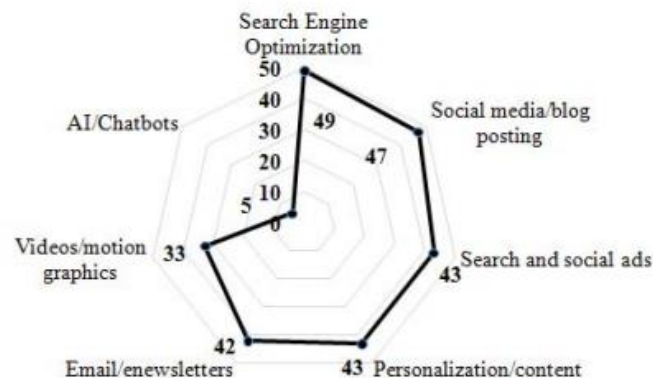


Рис. 1. Ефективність використання різних каналів цифрового маркетингу в соціальних мережах

Реклама в соціальних мережах (SMM – social media marketing) є одним з найпоширеніших засобів просування товару, послуги, інтернет-магазину. Її використовують 35,3% маркетологів [3]. Вивчаючи стратегії цифрового маркетингу, просування в соціальних мережах входить до трійки найефективніших тактик цифрового маркетингу разом з пошуковою оптимізацією і публікаціями в блогах.

Соціальні медіа стали невід'ємною частиною сучасних бізнес-стратегій. Виділяють дві платформи, які здобули значну популярність - це TikTok та Instagram. Обидві платформи мають велику, готову до покупки аудиторію, що робить їх привабливими для компаній, які прагнуть зв'язатися з потенційними клієнтами. У 2023 році в Instagram зросла кількість користувачів та їх активність, а от активність користувачів у TikTok почала зменшуватися, що можна відслідкувати на рис. 2 [1].

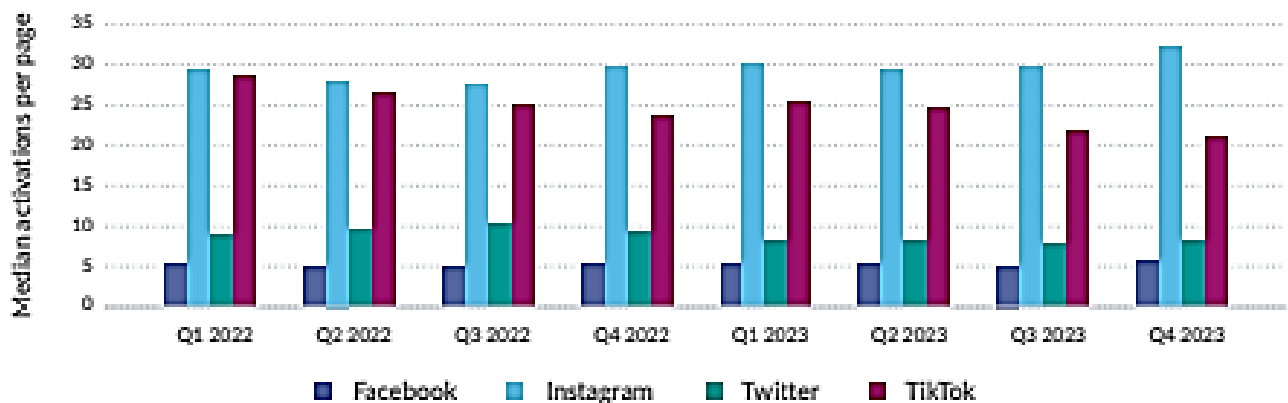


Рис. 2 Активність користувачів у соціальних мережах у 2022-2023 рр.

Незважаючи на те, що TikTok допомагає брендам, впливовим та звичайним людям розвиватися, та все ж більшість обирає Instagram. Серед переваг Instagram – це можливість відслідкувати багато показників: CPC (cost per click – оплата за клік), CPA (cost per action – оплата за дію), CPT (cost per thousand – оплата за тисячу показів), CPL (cost per lead – показує вартість за залучення окремого ліда). Instagram має найвищі витрати CPC порівняно з іншими відстежуваними типами соціального рекламного вмісту.

З підвищенням попиту на Instagram Reels здорожчала вартість CPM (cost per mile – ціна за тисячу контактів). Для просування у Instagram та TikTok потрібно мати значно більший рекламний бюджет, а от Facebook може стати вигідною угодою для деяких рекламодавців [1]: дуже низька CPC плюс дуже високий рейтинг кліків – хороша комбінація для Facebook. Акцент Instagram на зображеннях і короткому відеоконтенті у поєднанні з TikTok все ще значно переважає над Twitter і Facebook, що означає зростання важливості візуального контенту бренду. У 2024 році брендам слід звернути увагу на візуальний контент і відео, щоб скористатися цими тенденціями, зокрема на TikTok, який продовжує підтримувати сильну участь бренду в порівнянні з аналогами [2, с.365].

TikTok, який є повністю відеоплатформою, постійно йде в ногу з Instagram [1] (рис.2) і показує, наскільки соціальні медіа перетворилися на показ відеоконтенту. Це не означає, що бренди повинні повністю зосередитися на інтерактивному контенті, але це дозволить охопити більшу частину аудиторії. Протягом останніх двох років бренди віддали перевагу публікаціям у TikTok, але Instagram продовжує постійно виділяти бізнес з більшою кількістю взаємодій. Користувачам уже нецікаво дивитися звичайну рекламу та відеоролики у соціальних мережах, тому бренди намагаються створити інтерактивний та вражаючий контент, який глядачі додивляться до самого кінця. Попри це він має публікуватися у відповідний час. Наприклад, п'ятниця – це пікове вікно взаємодії, коли відбувається найбільша взаємодія з контентом. Потрібно також звернути увагу на тривалість таких роликів, адже глядачі мають не прогорнути контент, а подивитися певний час, а найкраще до кінця. 26 секунд – це той максимальний час, який не можна перевищувати. Відео повинно бути коротким і привернути увагу якомога більше глядачів та потенційних споживачів чи покупців.

Отже, у наш час уже просто не обійтися без представництва компанії у соцмережах, адже це один із найлегших способів підвищити впізнаваність бренду, товарів та послуг серед користувачів соціальних медіа. Живий профіль фірми в соцмережах допоможе у створенні позитивного образу бізнесу, підвищенні репутації, рівня довіри, лояльності користувачів, що обов'язково збільшить і прибутки компанії.

Список використаних джерел

1. Which social network to choose for business promotion? Data in numbers. *Social media benchmarks*: веб-сайт. URL: <https://www.coursehero.com/file/228312814/Emplifi-Report-2024-Social-Media-Benchmarks-ENpdf/> (дата звернення 20.03.2024)
2. Гапєєва О., Мартиненко В., Романовська Ю., Потапюк І. Теоретико-методологічні аспекти стратегічного управління економічною безпекою держави в умовах COVID-19: актуальні проблеми та вектори розвитку. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. *Digital-маркетинг як сучасний інструмент просування товарів і послуг у соціальних мережах*. 2022. Т.1 №42 С.361–368.
3. Які маркетингові інструменти найефективніші? *Дослідження ринку SEO – опитування топових SEO агенцій*: веб-сайт. URL: <https://www.plerdy.com/ua/blog/seo-market-research-survey/> (дата звернення 15.03.2024)

УДК 334.78

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО У ВОЄННИЙ ЧАС

Наталія Хлєбнікова

khliebnikovanb@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Складні часи, зокрема повномасштабне вторгнення росії на українські території, спонукають суспільство до глибинних трансформацій. На поверхню виходять та набувають загострення численні проблеми, які потребують невідкладного вирішення.

Одним із таких гострих питань стало працевлаштування вразливих верств населення: внутрішньо переміщених осіб, людей з інвалідністю, тих, хто втратив житло внаслідок російської агресії. Ефективним інструментом для вирішення таких проблем є соціальне підприємництво. Воно дозволяє не лише створювати критично необхідні робочі місця, а й здійснювати глобальний вплив на суспільство через соціальні ініціативи.

У доповіді "Глобальний погляд на соціальне підприємництво" відзначалося, що у 2022 році у світі налічувалося понад 11,5 мільйонів соціальних підприємств. Найбільша їх кількість зосереджена у Великій Британії (близько 130 тисяч), Німеччині (понад 100 тисяч), Польщі (30 тисяч), Італії (близько 20 тисяч), Австрії (понад 2,5 тисячі) та Чехії (близько 500).

Важливою умовою для розвитку соціального підприємництва у світі є державна підтримка. Лідерами у цьому напрямку є Канада, Австралія, Франція та Бельгія.

Соціальне підприємництво в Україні також розвивається, при цьому воно набуває нових форм та тенденцій у своєму розвитку. За оцінками експертів, до початку російської війни в Україні налічувалося близько 1000 підприємств соціального характеру, частина або весь прибуток яких спрямовується на підтримку благодійних, громадських організацій чи фондів, а також на фінансування окремих видів соціальних послуг.

Світова практика демонструє, що соціальне підприємництво прискорює свій розвиток тоді, коли держава не в змозі адекватно реагувати на зростання соціальних проблем.

В Україні неспроможність держави комплексно вирішувати такі виклики має системний характер, і поява соціального підприємництва засвідчує реакцію громадськості на нездатність офіційних структур в повному обсязі контролювати ситуацію.

Критичне збільшення вразливих верств населення з початку війни сформувало попит на соціальне підприємництво, який набув небачених раніше масштабів. На сьогодні статус внутрішньо переміщеної особи мають майже 5 мільйонів українців, з яких 2,5 мільйона отримують державну допомогу. Через обстріли територій та бойові дії кількість людей з інвалідністю невпинно зростає - станом на кінець 2023 року їх число перевищило 3 мільйони, з яких 300 тисяч отримали інвалідність з 24 лютого 2022 року. З часом кількість уразливого населення продовжуватиме зростати і потребувати працевлаштування, соціалізації та реінтеграції. [2]

Соціальне підприємництво в Україні у найближчі роки ставатиме дедалі популярнішим, адже цей вид бізнесу дозволяє одночасно вирішувати проблеми людей, громад та економіки загалом. Його основна мета - соціальний вплив, а не максимізація прибутку, він сприяє створенню робочих місць для незахищених верств населення, розширенню інклюзивних підходів та забезпечує сталий державний розвиток. [3]

Усвідомлення власної відповідальності та вміння відгукуватися на гострі проблеми, що виникають у суспільстві у воєнний час – це про соціальність. За даними дослідження Gradus Research 44% громадян при купівлі звертають увагу діяльність бізнесу у питаннях виділення коштів на підтримку ЗСУ, а для 21% українців важлива волонтерська діяльність компаній.

Сам бізнес також розуміє важливість постановки і подальшої реалізації соціальної місії. За даними опитування, до вирішення соціальних завдань на сьогодні з загальної кількості підприємств в Україні залучено 84 % підприємств.

За висновками ООН, у періоди глобальних кризових ситуацій частка, що складає соціальна економіка, наближається до 7% світового ВВП, та у порівнянні з окремими традиційними економічними секторами є більш ефективною та стійкою, оскільки створює базовий фундамент для підтримки зайнятості і стимулює економічне зростання. Також, соціальне підприємництво має значний потенціал для відновлення України у післявоєнний період.

Проекти міжнародної допомоги усвідомлюють обмеженість державного інституційного та фінансового ресурсу для вирішення суспільних проблем і починають відігравати у цьому напрямку провідну роль. Наразі зростає кількість міжнародних організацій, які підтримують попит щодо розвитку соціального підприємництва в Україні та надають освітню, технічну та фінансову підтримку. Це такі організації як USAID, Western NIS Enterprise Fund, Німецький Дитячий Фонд, Міжнародний фонд "Відродження", програми Європейського Союзу тощо.

На Київському інвестиційному форумі в Брюсселі (2022 р.) однією з ключових тем була тема ролі соціальної економіки як каталізатора у забезпеченні економічного зростання в Україні. Catalyst 2030, представник Глобального альянсу соціальних підприємців, що зосереджений на підтримки світового соціального бізнесу в цілому та в Україні зокрема, зосереджується на удосконаленні комунікації та наданні практичної допомоги українським соціальним підприємцям, зокрема у питаннях грантового фінансування, налагодження контактів з фахівцями з фандрайзингу та інвесторами. [1]

Україна, яка ратифікувала Європейську соціальну хартію, взяла на себе обов'язок вирішення питань з працевлаштування осіб з інвалідністю. На третьому році повномасштабної війни їхня мотивація до праці є значно вищою, ніж вважають роботодавці. Однак реальність свідчить про недостатність інструментів для забезпечення людей з інвалідністю гідними робочими місцями та заробітною платою.

В Україні існують урядові та грантові програми підтримки ветеранів, пропонуються ваучери для здобуття нових навичок, навчання в центрах професійної технічної освіти, створених при Державній службі зайнятості. Роботодавці, які працевлаштовують людину з інвалідністю та облаштовують для неї робоче місце, також можуть отримати відповідну компенсацію.

Тому інклюзивний ринок праці має стати важливим державним пріоритетом, оскільки це сприятиме підвищенню рівня соціальних гарантій, вчасній інтеграції ветеранів війни і розвитку української економіки.

Нині соціальне підприємництво стало актуальною формою бізнесу, та являє собою дієву відповідь суспільства на сучасні соціальні потреби, спосіб, у який конкретні громади та їх представники долучаються до нашої перемоги.

Список використаних джерел

1. Журахівська О. Як соціальний бізнес може трансформувати Україну після війни. URL: <https://cs.detector.media/blogs/texts/185889/2024-02-15-yak-sotsialnyy-biznes-mozhe-transformuvaty-ukrainu-pislya-viyny/>
2. Назарчук В. Соціальне підприємництво в умовах війни: ліки чи плацебо. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2024/01/9/708567/>
3. Матвієнко-Біляєва Г.Л. Соціальне підприємництво: ефективний гібридний бізнес феномен. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/14_ukr/64.pdf

УДК 338.48

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Катерина Чиж

katerinachizh02@gmail.com

Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ, Україна

Науковий керівник: канд. екон. наук Олена Будякова

Сьогодні підприємництво в галузі туризму знаходиться у сфері гостинності, яка включає підприємництво в готельно-ресторанному бізнесі, транспортно-комунікаційних послугах (транспорт, зв'язок, зв'язок), побутовому обслуговуванні, бізнес-послуги (банківські та фінансово-кредитні послуги), екскурсійну діяльність, торгівлю (оптова та роздрібна торгівля), соціальні послуги (медичні послуги тощо), розважальну діяльність (об'єкти та засоби розваг, організація та проведення спеціальних заходів) та займає одне з провідних місць на ринку послуг і має стати однією із найважливіших сфер у повоєнному відновленні економіки економіки України.

Підприємництво в готельно-ресторанному бізнесі в індустрії гостинності є багатокомпонентним комплексом, що об'єднує різноманітні організації та сфери діяльності, спрямовані на задоволення потреб і заохочень людини. Найважливішим і найпотужнішим компонентом індустрії гостинності є готельна індустрія. Яка включає практично всі елементи сфери гостинності і сьогодні відіграє важливу роль у наданні послуг внутрішнього туризму на світовому, і не тільки, ринку [1, с. 20].

Готельне господарство – це сукупність готельних організацій різного типу, які отримують і надають послуги з проживання, харчування, додаткових та супутніх послуг. Отже, готельна індустрія включає значну кількість організацій різних сфер діяльності, яка здатна задовольнити потреби та бажання людини, незалежно від її платоспроможності та попиту на ті чи інші послуги.

У світовій практиці досі не існує загальноприйнятої класифікації організацій гостинності, тому ця проблема є досить актуальною. Основою класифікації є визначення відповідності готелю загальноприйнятому стандарту. Діючі сьогодні у світі стандарти є умовними, оскільки кожна країна має свої національні особливості, свою специфіку культурно-історичного розвитку, своє розуміння визначення відповідності готелю прийнятому стандарту або встановленому порядку обслуговування. У зв'язку з цим на даному етапі у світі існує близько 30 типів систем класифікації готельних підприємств за рівнем комфорту.

Більшість країн використовують систему зірок, яка визначається як європейська система. Ця система заснована на французькій системі класифікації, згідно з якою готелі поділяються на категорії від 1 до 5 зірок. Європейська система використовується в таких країнах, як Австралія, Єгипет, Франція, Україна, Росія, Польща, Об'єднані Арабські Емірати, Норвегія та інші. Хоча ці країни мають однакову систему класифікації готельних організацій, все ж існують відмінності в класифікації готелів.

Відповідно до цих нормативних документів кожна категорія (зірка) повинна відповідати певному стандартному набору вимог до приміщень, оснащення готельних номерів різних категорій, інфраструктури, охорони навколишнього середовища, комунікацій, рівня комфорту, послуг, кваліфікації персоналу, безпеки тощо [2, с. 63].

У Великобританії існує система «корон» або «ключів», у Греції – система «літер», у скандинавських країнах – система «божих корівок», в Індії поширена система «точок», але на території колишнього Радянського Союзу існувала система рангів.

У світовій практиці також існують готельні мережі, які дають змогу просувати високі

стандарти обслуговування на світовий ринок. Вони формуються за принципом готельних корпорацій, які використовують внутрішні стандарти і використовують їх незалежно від місця розташування та стану.

Неодноразово робилися спроби створити уніфіковану міжнародну класифікацію готелів, але досі не створено стандартної загальноприйнятої класифікації.

Зазначені ознаки готельних організацій доцільно було б згрупувати в чотири класи, а саме: технічні, цінові, сервісні та за формою власності.

Історично в Україні готельному бізнесу не приділялося належної уваги, вся увага була спрямована на промисловість і оборот коштів у цій сфері був незначним. У цьому плані, і не тільки, готельний бізнес, який на сьогоднішній день пройшов довгий шлях становлення, не відповідає міжнародним стандартам. У країні недостатня кількість готельних організацій, низька частка закладів високої категорії (зірковий рейтинг), матеріально-технічна база застаріла, відсутні ефективні системи безпеки та відповідні інформаційні комунікації.

Поняття «готельний бізнес» пов'язане насамперед з підприємництвом, а точніше з господарською діяльністю готельних організацій, які пропонують послуги клієнтам для задоволення їхніх потреб і бажань.

Отже, готельні послуги орієнтовані на:

- по-перше, для задоволення фізіологічних потреб, у вигляді засобів розміщення та ресторанного обслуговування;
- по-друге – забезпечення бажання безпеки, де людина захищена від негоди, фізичної та правової небезпеки;
- по-третє, готельні послуги спрямовані на задоволення побажань клієнта у вигляді дозвілля та іншого супутнього спектру послуг;
- по-четверте, готельні послуги можуть набувати як матеріальних, так і нематеріальних форм, мати споживчу вартість.

Отже, готельна послуга – це сукупність дій, сукупність встановлених або задуманих заходів готельної організації для задоволення потреб і бажань людини, які набувають як уречевленого, так і нематеріалізованого вигляду, мають споживчу вартість.

Готельні послуги, як і всі інші послуги, мають невідчутний (невловимий, непомітний) характер. На відміну від товару, купуючи який, ми можемо його побачити, доторкнутися до нього. Або ж на основі спостережень дізнаємося, як його використовують друзі, сусіди чи колеги по роботі. Щоб переконатися в її якості, послуги готелю не можна відчутити, а тим більше неможливо побачити за фактом їх надання, оскільки в разі потреби ми купуємо не готель, не готельний номер, а право тимчасового користування номером у готелі. Після закінчення терміну користування послугами ми нічого не беремо з собою, крім згадок, вражень, емоцій чи поглядів. Тобто емоційний настрій буває позитивним або негативним, який залишається в нашій уяві в результаті стосунків з готелем.

Тому відсутність матеріальних результатів у підприємницькій готельно-ресторанній справі не дає можливості клієнтам відразу і повністю охопити свої споживчі характеристики. Тобто клієнтам дуже важко оцінити послугу при її наданні, а іноді і після її надання. У цьому випадку готельна послуга – це обіцянка виконати певні дії для задоволення потреб і бажань клієнта.

Війна в Україні нанесла значні руйнування та втрати інфраструктурі країни, в тому числі готельно-ресторанному бізнесу. Проте, існують також значні можливості для відновлення та розвитку цієї галузі у повоєнному періоді. Виклики щодо розвитку підприємництва в готельно-ресторанному бізнесі:

- зруйнована інфраструктура. Війна призвела до руйнування багатьох готелів та ресторанів. Це потребуватиме значних інвестицій у їх відновлення чи будівництво нових.
- нестача кваліфікованої робочої сили. Війна призвела до міграції багатьох людей з України, у тому числі працівників готельно-ресторанної сфери. Це може призвести до нестачі кваліфікованої робочої сили.

- економічна нестабільність. Війна призвела до значного погіршення економічної ситуації в Україні. Це може негативно вплинути на попит на готельні номери та ресторанный послуги.

Для відновлення підприємництва в готельно-ресторанному бізнесі потрібно:

- проведення маркетингових досліджень. Перед тим, як інвестувати в готельно-ресторанний бізнес в Україні, важливо провести ретельні маркетингові дослідження, щоб зрозуміти потреби та вподобання туристів.

- розробка чіткої бізнес-стратегії. Потрібно розробити чітку бізнес-стратегію, яка буде враховувати всі виклики та можливості, з якими буде стикатися бізнес.

- співпраця з урядом. Важливо співпрацювати з урядом України, щоб отримати доступ до фінансової та іншої допомоги.

- інвестиції в нові зелені та цифрові технології. Важливо інвестувати в нові технології, які допоможуть підвищити ефективність бізнесу та покращити якість послуг.

- навчання та розвиток персоналу. Перспективно інвестувати в навчання та розвиток персоналу, щоб забезпечити високий рівень обслуговування клієнтів [3, с. 140].

Незважаючи на виклики, підприємництво в готельно-ресторанному бізнесі в Україні має значні перспективи розвитку у повоєнний період. Завдяки інвестиціям та ефективному управлінню, цей бізнес може стати важливим драйвером економічного зростання країни.

Список використаних джерел

1. DenysenkoM., Budiakova O. Modern strategies personnel management in the epoch of the digital economy Digital economy and digital society: Series of monographs Faculty of Architecture, Civil Engineering and Applied Arts Katowice School of Technology Monograph 22. – Wydawnictwo Katowicach, 2019. С. 234-242. URL: http://www.wydawnictwo.wst.pl/oferta_wydawnicza_or_az_zakup_publicacji/wydawnictwa/

2. Денисенко М.П., Будякова О.Ю. Сучасні стратегії управління персоналом підприємств. *Приазовський економічний вісник*. 2018. № 5(10). С. 175-181. URL: <http://pev.kp1u.zp.ua/vypusk-5-10>

3. Денисенко М.П., Будякова О.Ю., Волощук Ю.В. Зарубіжний досвід управління персоналом. *Вчені записки Університету «КРОК» (економічні науки)*. № 2(54). 2019. С. 137-144.

УДК 657.4

СУТНІСТЬ БІОЛОГІЧНИХ АКТИВІВ ЯК ОБ'ЄКТІВ ОБЛІКУ

Анна Байбарова

anabaibarova@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: спеціаліст вищої категорії Юлія Кулик

Сільське господарство є особливим видом господарювання, оскільки його засобами виробництва є живі організми - тварини та рослини. Вирощування їх залежить від натуральних та біологічних чинників і може тривати кілька років. Це призводить до специфічних аспектів бухгалтерського обліку таких господарських засобів, що регулюються в Україні НП(с)БО 30 «Біологічні активи» [4]. Облік біологічних ресурсів - це структурований та систематичний процес, спрямований на реєстрацію та керування рослинним та тваринним світом у сфері підприємницької або господарської діяльності. Під час цього процесу проводиться докладний облік кількості, стану, вартості та переміщення біологічних об'єктів, таких як рослини, тварини та мікроорганізми, які використовуються на підприємстві. Облік біологічних ресурсів відіграє значущу роль у фінансовому та виробничому рівні управління, а також враховує аспекти сталого розвитку та відповідальної господарської діяльності. У зв'язку з швидким технологічним прогресом, облік біологічних активів є основним чинником для підприємств у здійсненні нововведень та модернізації виробничих процесів. Це має особливе значення у галузі вирощування рослин та утримання тварин, де детальна інформація про кількість та стан біологічних об'єктів є ключовою для досягнення високої продуктивності.

Згідно з М(с)БО 41, біологічний актив визначається як жива тварина або рослина[2]. Таке загальне і не конкретизоване формулювання не тільки не розкриває сутності терміну, але також не визначає об'єкт обліку, оскільки не кожна жива тварина або рослина може бути вважана активом і, відповідно, об'єктом обліку. Це визначення лише описує перший аспект терміну – «біологічний», і не звертає увагу на другий, але не менш важливий – «актив». Оскільки об'єктом бухгалтерського обліку є актив у будь-якій формі, у той час як не усі живі тварини та рослини можуть бути об'єктами бухгалтерського обліку, а лише ті, що перейшли під контроль підприємства через минулі події і використання яких, ймовірно, призведе до економічної вигоди у майбутньому. Отже, визначення терміну «біологічний актив» з НП(с)БО 30 «Біологічні активи» в повній мірі відображає його економічну сутність. Згідно з цим стандартом, біологічний актив - тварина або рослина, яка під час біологічних процесів може видавати сільськогосподарську продукцію та інші біологічні активи, а також приносити економічні вигоди через інші способи.

У сільському господарстві існує сезонність у виробничому процесі, який часто виходить за межі календарного року та може тривати кілька років, наприклад, при вирощуванні багаторічних рослин або відновленні стада корів. Біологічні особливості сільськогосподарських ресурсів дозволяють отримувати різні види продукції від однієї тварини чи культури. Час виробництва сільськогосподарської продукції може відрізнятися від часу її постачання й продажу, оскільки він залежить від термінів вирощування тварин. Біологічні ресурси в процесі виробництва відтворюють необхідні предмети та засоби для підтримання та розширення виробництва, такі як молодняк тварин, корми, насіння і т.д. Узагальнюючи, визначення терміну «біологічні ресурси», яке подається в П(С)БО 30 «Біологічні активи», є досить оптимальним для опису цього об'єкта як економічної та бухгалтерсько-аналітичної категорії. Проте, аналізуючи бухгалтерсько-аналітичний процес біологічних активів у сільськогосподарському підприємстві, встановлено, що до складу біологічних активів включаються не лише тварини та рослини, а й птахи, риба та бджоли,

які, згідно з біологічною класифікацією, не є тваринами [3].

Чітке визначення об'єктів обліку може бути важким завданням, особливо коли йдеться про біологічні активи, такі як рослини та тварини, оскільки ці активи відрізняються від інших об'єктів бухгалтерського обліку через свою економічну природу, яка характеризується швидкими та постійними змінами якісних, кількісних і вартісних характеристик. Оскільки біологічні активи постійно розвиваються та змінюються, встановлення їх поточного стану з точки зору обсягу та вартості може бути складним завданням.

Одним із найважливіших результатів впровадження НП(с)БО 30 «Біологічні активи» є оцінка біологічних активів і сільськогосподарської продукції та їх відображення в обліку[1]. Аналіз наукових досліджень показує, що на сьогоднішній день не існує єдиного погляду на доцільність оцінки біологічних активів аграрних підприємств за справедливою вартістю. Прихильники нових методичних підходів, включених у НП(с)БО 30 «Біологічні активи», вважають необхідним реальне відображення активів аграрного виробництва як ключового елемента виробничого процесу та капіталу підприємства. Впровадження НП(с)БО 30 «Біологічні активи» вплинуло на методику оцінки продукції сільськогосподарського виробництва під час її оприбуткування та відокремлення від біологічного активу. В даний момент більшість сільськогосподарських підприємств не використовують ці нововведення і реєструють оприбуткування готової продукції за плановою собівартістю, що може спричиняти викривлення інформації у фінансовій звітності.

Основні недоліки оцінки біологічних активів за справедливою вартістю включають в себе наступні аспекти [5, С.139]:

- нестабільність ринкових цін, що призводить до проблем з обґрунтуванням результатів у динаміці;
- велика складність вимог щодо оцінки за справедливою вартістю, особливо в разі подання проміжних звітів;
- широке поширення практики оцінки за собівартістю, яка може суперечити принципам МСБО щодо визнання доходу;
- відсутність активних ринків для біологічних активів;
- можливі значні відмінності між фактичною ціною реалізації та їх оцінкою;
- часта потреба у незалежній зовнішній оцінці для визначення теперішньої вартості очікуваних грошових потоків, що може бути проблематичним для сільськогосподарських підприємств;
- низка викликів у плані обґрунтованості визнання доходів при оцінці продукції, яка ще не була реалізована та її якість є невідомою.

Для упорядкування інформації з оцінки активів за справедливою вартістю суб'єкт господарювання повинен складати такі документи: звіти засідань комісії; акти визначення справедливої вартості для різних видів біологічних активів та сільськогосподарської продукції; документи, що підтверджують ринкові ціни, використані для розрахунків справедливої вартості; висновки та розрахунки комісії, проведені за допомогою методів експертної оцінки та узгодження цін; звіти про оцінку ринкової вартості, складені незалежними оцінювачами. Складне визначення справедливої вартості стає викликом у випадку відсутності активного ринку, оскільки таке визначення значною мірою набуває суб'єктивного характеру. Це вимагає високої кваліфікації бухгалтерів, оскільки використання різних моделей може призвести до різних результатів оцінки, що може потребувати додаткових ресурсів для залучення професійних оцінювачів.

Отже, введення П(С)БО 30 «Біологічні активи» призвело до змін у бухгалтерському обліку сільськогосподарських підприємств щодо методу оцінки вартості біологічних активів, формування доходів і витрат, а також визначення фінансових результатів діяльності. Практичне застосування цього стандарту в підприємствах призвело до широкого обговорення питань, які доцільно врахувати шляхом внесення змін і доповнень до стандарту та методичних рекомендацій, враховуючи особливості нашої країни.

Список використаних джерел

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 13 «Оцінка за справедливою вартістю» URL: https://mof.gov.ua/storage/files/IFRS-13_ukr_2016.pdf
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 41 «Біологічні активи». URL: https://mof.gov.ua/storage/files/IAS-41_ukr_2016.pdf
3. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку біологічних активів, затверджені наказом Міністерства фінансів України від 29.12.2006 №1315. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1315201-06#Text>
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 18.11.2005 року № 790 (зі змінами і доповненнями).
5. Фесенко В. В. Проблеми оцінки поточних біологічних активів та відображення їх у фінансовій звітності підприємства / Валерія Фесенко, Вікторія Таран // Галицький економічний вісник.Т, 2019

УДК 631.16

ФУНКЦІОНУВАННЯ СУЧАСНОЇ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Марія Байдак

baidakmashuta@gmail.com

*Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна
Науковий керівник: спеціаліст вищої категорії Юлія Кулик*

Світова криза показала, що, крім зовнішніх факторів, які впливають на діяльність підприємства, значну роль у нездатності адаптуватися до управління в умовах кризи відіграє невідповідність управлінського персоналу, особливо працівників інформаційних систем, на основі яких приймаються рішення. Сучасна система обліку та бухгалтерська інформація не відповідають вимогам та завданням антикризового управління. Більшість проблем, які виникають у процесі управління господарською та фінансовою діяльністю підприємства, пов'язані з недостатнім використанням інформаційної, контрольної та прогностичної функцій обліку. Деякі з них обумовлені неформованістю ринкових інфраструктур, інститутів та систем управління, а отже, його організацією. У сучасних умовах господарювання, які характеризуються ризиками та невизначеністю, особливо важливим стає обліково-аналітичне забезпечення управління діяльністю сільськогосподарських підприємств, особливо тих, які перебувають у кризовому стані або наближаються до нього.

Поняття «обліково-аналітичне забезпечення» охоплює діяльність, що полягає у зборі, реєстрації, узагальненні, збереженні, передаванні та аналітичному опрацюванні інформації, а також забезпечує систему управління відповідною кількістю необхідної якісної інформації. Основною метою обліково-аналітичного забезпечення є поєднання процедур обліку й аналізу, формування інформації історичного характеру (узагальнення результатів діяльності) та аналітичного (підготовка до прийняття обґрунтованих управлінських рішень) [2].

Обліково-аналітична система сільськогосподарських підприємств повинна забезпечувати користувачів всією необхідною інформацією з облікових реєстрів та управлінської звітності та сприяти прийняттю обґрунтованих рішень. Користувачі фінансових звітів зацікавлені у трьох типах інформації:

1. Інформація про минулу діяльність дозволяє оцінити успішність підприємства та ефективність управління.
2. Інформація про поточний стан підприємства дозволяє оцінити його досягнення та

невдачі, але найважливіше - користувачі забезпечуються необхідною інформацією для оцінки руху грошових коштів та потенційного прибутку підприємства.

3. Інформація про майбутню діяльність підприємства.

Ефективне функціонування сучасної обліково-аналітичної системи в сільськогосподарських підприємствах передбачає створення системи управлінського обліку, звітності та бюджетування, що враховує функціонально-принципові особливості цих економічних підсистем. Це дозволяє використовувати облікові інформаційні ресурси для аналізу, оцінки та прогнозування результатів діяльності сільськогосподарського підприємства та його структурних підрозділів, а також здійснювати контроль за оптимальним використанням матеріально-технічних ресурсів суб'єкта господарювання [1].

У сучасних економічних умовах застосування існуючих підходів та концепцій до організації управлінського обліку не забезпечує внутрішніх користувачів необхідною обліково-аналітичною інформацією для прийняття ефективних управлінських рішень у межах їхньої компетенції. В умовах сучасності важливо, щоб керівництво сільськогосподарських підприємств орієнтувалося на гнучкі підходи та моделі управління виробництвом. Недоліки в організації системи обліку та аналізу виникають через порушення принципу своєчасності, затримки у веденні обліку реальних процесів на підприємстві. Інформаційні звіти надходять з запізненням. Відсутність синхронізації у часі між отриманням обліково-аналітичної інформації та її використанням для прийняття оперативних, тактичних та стратегічних рішень ускладнює завдання забезпечення ефективності господарювання сільськогосподарських підприємств через проблеми управління. Питання забезпечення аналітичної служби правдивою інформацією лишається не менш важливим, оскільки достовірність аналітичних розрахунків залежить від цього. При аналізі результатів діяльності аналітикам використовується інформація вже зведеного типу, тому дотримання основних вимог у відображенні в обліку первинної інформації є важливим етапом організації обліку на підприємстві.

Методологічні та організаційно-методичні аспекти системи управлінського обліку, звітності та бюджетування в діючих умовах не повністю враховують галузеві особливості суб'єктів господарювання, що в свою чергу уповільнює якісний облік, аналіз витрат та доходів сільськогосподарського підприємства [4]. Інформаційні дані управлінського обліку показують структуру та зміни витрат і доходів, що дає змогу використовувати нові можливості моделі перетворення облікової інформації про витрати і доходи для задоволення потреб у внутрішній інформації користувачів. Модель побудови інформаційних масивів у управлінському обліку сільськогосподарських підприємств є відкритою, що дозволяє відображати безперервний обіг господарських засобів і процесів, порівнювати фактичні витрати з планованими й отриманими доходами, при цьому організаційно-методичні аспекти моделювання розглядаються в органічній єдності системи управлінського обліку, звітності та бюджетування.

На основі аналізу статистичних даних виявлено, що приблизно 70% витрат сільськогосподарських підприємств припадає на матеріальні ресурси. Основну частину складають витрати на закупівлю насіння, мінеральних добрив та агрохімікатів, у той час як решта витрат пов'язані з механізацією технологічних процесів і матеріально-технічними ресурсами. Тому впровадження системи управлінського обліку, звітності та бюджетування матеріальних витрат у сільськогосподарських підприємствах, що дозволяє порівнювати фактичні витрати з нормативами і правильно організовувати контроль за їх наявністю, рухом та оцінкою, має велике значення.

Система управлінського обліку, звітності та бюджетування у сільськогосподарських підприємствах повинна бути організована наступним чином [3]:

- 1) обліково-інформаційне забезпечення для прийому предметів праці (матеріалів, пального, насіння, агрохімікатів, добрив, кормів і т.д.),
- 2) обліково-інформаційне забезпечення складського збереження,

- 3) обліково-інформаційне забезпечення відпуску предметів праці на виробництво,
- 4) сумісне обліково-інформаційне забезпечення у рамках синтетичного й аналітичного обліку,
- 5) складання бюджету закупівель та управлінської звітності.

Отже, бюджетування може бути в основі організації обліково-аналітичної системи, яка надає управлінцям всю необхідну інформацію для виявлення, запобігання та подолання кризових ситуацій у сільськогосподарських підприємствах. Складання бюджетів ґрунтується на розробці виробничих програм, що дозволяє визначити планову собівартість окремих видів сільськогосподарської продукції. Контроль та аналіз відхилень за допомогою бюджетів дозволяє об'єктивно оцінювати діяльність найважливіших аспектів підприємства для ефективного управління.

Список використаних джерел

1. Гангал Л.С. Механізм обліково-аналітичного забезпечення конкурентоспроможністю сільськогосподарських підприємств. Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». 2016. URL: http://ie.at.ua/IE_2016/InnEko_1-2_2016_.pdf
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: закон України від 16.07.1999 № 996 XIV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14>
3. Турова Л. Л., Костюнік О. В. Проблеми впровадження управлінського обліку. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 5. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/5_2018/9.pdf
4. Юзва Р.П. Обліково-аналітична система-інформаційне забезпечення управління підприємством. Облік і фінанси АПК: освітній портал. 2022. URL: <https://magazine.faaf.org.ua/oblikovo-analitichna-sistema-informaciynezabezpechennya-upravlinnya-pidpriemstvom.html>

УДК 331.108.2

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ПРОЦЕСІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Дар'я Балан

dasha.balan31@gmail.com

Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана, м. Київ, Україна

Науковий керівник: канд. екон. наук, доцент, Артем Дмитренко

У сучасних умовах виробничої нестабільності та економічних турбулентностей, антикризове управління персоналом стає важливим інструментом для забезпечення економічної безпеки підприємства. Управління людським капіталом виявляється ключовим фактором у протидії кризовим ситуаціям та забезпеченні стійкості бізнесу. Коли підприємства зіштовхуються з перманентними загрозами та ризиками, які суттєво знижують поточний рівень їхньої економічної безпеки, актуальною стає проблема створення системи захисту, тобто інтегрованої системи економічної безпеки. За таких умов практично на всіх підприємствах завчасно створені системи безпеки, які дозволяють з різним ступенем ефективності забезпечити безпеку своєї діяльності.

Економічна безпека підприємства та управління персоналом сьогодні є дуже актуальними серед досліджень провідних науковців. Наприклад, на сучасному рівні Воронка О. З. характеризує механізм забезпечення кадрової безпеки підприємств високотехнологічного сектору економіки. Загальні положення про економічну безпеку бізнесу у своїй праці розповіли Швиданенко Г. О., Кузьомко В. М. та Норіцина Н. І.

Важливим є дослідження Коваленко О. В., в якому розглянуто основні підходи до сутності економічної безпеки підприємства [1; 2; 3].

Дослідженню проблеми вдосконалення управління персоналом на підприємстві на сьогоднішній день присвячено значну кількість наукових робіт. Зокрема, Шкробот М. В. дослідив сучасні технології управління персоналом. Чжан розглянув HR за допомогою дизайну браузера/сервера, який створив структуру, яка допомагає керівництву на всіх рівнях стандартизувати процес управління персоналом. Цікавим є дослідження Рахіма та Германа, які розглядали можливість мобілізації персоналу для виведення підприємства з кризи [5; 6].

Основні зусилля підприємств насамперед спрямовані на забезпечення охорони території, виробничих та адміністративних приміщень, засобів виробництва, сировини, готової продукції та транспортних засобів від протиправних посягань як з боку злочинних угруповань, так і внаслідок злочинних дій недобросовісного персоналу. З одного боку, функціонування такої системи може зменшити ймовірність виникнення частини можливих загроз, з іншого боку, необхідно враховувати, що в сучасних умовах кількість і перелік ключових ризиків і загроз значно змінилися [7].

Внутрішній стан середовища серед персоналу відображає рівень ефективності роботи всього підприємства. У сучасних умовах, коли роль працівника на підприємстві стає все більш важливою, питання антикризового управління персоналом постає дуже актуальним. Злочини в економічній сфері стали набувати інтелектуального характеру, а сферами їхньої діяльності стали фінансова діяльність, політика та стратегія підприємства, механізми управління бізнесом, інформаційна сфера, право, інноваційна діяльність, обладнання та технології тощо. У злочинних корумпованих схемах часто ключову роль відіграють офіційні особи та представники іноземних фірм, і тоді існуюча система безпеки не дозволяє надійно захистити підприємства від загроз і ризиків. Зазначене актуалізує необхідність застосування антикризового управління як такого, що дає змогу розпізнати момент виникнення та розвитку кризи та прийняти адекватні рішення з метою відновлення та підтримки необхідного рівня економічної безпеки підприємства [8, с. 214-221].

Багатоаспектність і неоднозначність ролі кризи у функціонуванні кожного окремого підприємства, доповнюють одна одну, якісно і всебічно характеризують його сутність. Пропоную уважно розглянути процес розвитку кризи, тобто визначити його ключові етапи. Отже, простою (елементарною) складовою кризи є кризове явище – один із перших і найважливіших симптомів розвитку кризи підприємства. Кризове явище – це перехід від стабільності до погіршення будь-якого з параметрів, що характеризують стан підприємства як системи. По суті, окремі кризові явища не викликають постійної та глибокої дестабілізації підприємства, вони є наслідком змін окремих систем та внутрішнього та зовнішнього середовища, але, у свою чергу, мають тенденцію до посилення та породження інших кризових явищ. Якщо підприємство не реагує на виникнення кризових явищ (а це відбувається майже завжди), то їх кількість зростає, і відбувається перехід до кризової ситуації.

Кризова ситуація – це збільшення кількості взаємопов'язаних кризових явищ, що призводить до незначного погіршення результатів діяльності підприємства, але не викликає руйнування системи самозбереження. Як і будь-яке інше системне утворення, підприємство працює в умовах постійної саморегуляції. Якщо в процесі діяльності виникають кризи, то протягом певного часу саморегуляція вдається, процеси відновлення і необхідні пропорції зберігаються в певних межах або з незначним відхиленням. Це свідчить про те, що механізми підтримки адаптивності, гнучкості та стабільності, які забезпечують повернення системи або до попереднього рівноважного стану, або до нового рівноважного стану, залишаються незмінними. Але якщо кількість і обсяг кризових явищ постійно зростає, система саморегуляції недосконала, то зростає безлад (відхилення від рівноважного стану), накопичуються протиріччя, внутрішній механізм і сили саморегуляції послаблюються, і внаслідок цього зростає невпорядкованість (відхилення від рівноважного стану). Саме на

етапі руйнування системи саморегуляції доцільно говорити про перехід від кризового розвитку до кризової ситуації.

Кризовий стан – це купа невідповідностей між структурою, обсягами діяльності, процесами підприємства та ринковою ситуацією, що призводить до подальшого збільшення кількості кризових явищ і погіршення фінансового стану. Кризовий стан свідчить про наявність і негативний вплив зовнішніх і внутрішніх загроз; вони не були своєчасно виявлені та ліквідовані системою економічної безпеки підприємства. На нашу думку, важливим для розробки відповідних методологічних засад антикризового управління є виявлення розвитку кризи саме на стадії явища та ситуації, оскільки саме це обумовлює зниження втрат від її реалізації. Не менш важливим є той факт, що визначення та подальше розпізнавання етапів розвитку найбільшою мірою залежить від персоналу підприємства.

Давайте розглянемо деякі стратегії та методи, які допомагають компаніям успішно протистояти кризам через компетентне управління персоналом:

- Гнучка адаптація ресурсів. У моменти кризових викликів, важливо мати персонал, який може швидко переключатися між завданнями та змінювати свої ролі відповідно до потреб бізнесу. Гнучкість та адаптивність персоналу дозволяють підприємствам ефективно реагувати на зміни у ринкових умовах та забезпечувати неперервність виробництва.

- Розвиток лідерських якостей. Лідерство важливо не лише на вершині ієрархії, але й серед звичайних працівників. Компанії повинні інвестувати в розвиток лідерських якостей серед свого персоналу, щоб мати команду, здатну вести колектив через складні ситуації та мобілізувати зусилля для досягнення цілей.

- Збереження та мотивація персоналу. Під час кризи, збереження талановитих співробітників стає особливо важливим завданням. Компанії повинні створювати стимули для залучення та утримання кваліфікованих кадрів, включаючи програми мотивації, розвитку кар'єри та підвищення заробітної плати.

- Система навчання та розвитку. Швидкі зміни в бізнес-середовищі вимагають постійного навчання та розвитку персоналу. Компанії повинні інвестувати у системи навчання, що допомагають співробітникам оновлювати свої навички та здібності, щоб вони були готові до нових викликів і завдань.

- Комунікація та взаємодія. Ефективна комунікація є основою успішного антикризового управління персоналом. Під час кризових ситуацій важливо забезпечити прозорість та відкритий обмін інформацією між керівництвом та персоналом, щоб уникнути страху та невпевненості серед працівників.

У підсумку, антикризове управління персоналом виступає критичним фактором для забезпечення економічної безпеки підприємства. Компанії, які інвестують у розвиток свого персоналу та реалізують ефективні стратегії управління людським капіталом, можуть успішно протистояти кризам та зберігати конкурентоспроможність у непередбачуваному бізнес-середовищі.

Забезпечення сталого розвитку підприємства в ринковому середовищі швидко і різноспрямовано змінюється, воно неможливе без безпеки. Ціна цього питання є особливо важливою, оскільки саме сьогодні спостерігається підвищення рівня динамічності та невизначеності зовнішнього середовища, які суттєво впливають на всі сфери діяльності. Також посилюється процес моніторингу внутрішніх змін, а неможливість забезпечити необхідний рівень ефективності господарської діяльності ускладнюється.

За результатами теоретичного дослідження встановлено, що в процесі реалізації антикризового управління персоналом має ряд особливостей, зумовлених як різницею впливу кризи, тобто наявністю позитивних, так і негативних наслідків, а також значним переліком зовнішніх і внутрішніх факторів, які необхідно враховувати при розробці кожного окремого антикризового рішення. Забезпечення економічної безпеки підприємств потребує впровадження антикризового управління, зокрема за рахунок персоналу. Персонал підприємства, будучи найціннішим ресурсом і характеризуючись низкою відмінних

характеристик, одночасно виконує функції об'єкта і суб'єкта безпеки. Основою антикризового управління персоналом є процес прийняття управлінських рішень. Визначено можливі варіанти, що забезпечують ефективне впровадження антикризового управління персоналом, орієнтованого на відновлення рівня економічної безпеки, необхідного для функціонування та розвитку підприємства.

Список використаних джерел

1. Воронка О. 3. Механізм забезпечення кадрової безпеки підприємств високотехнологічного сектору економіки: монографія. Львів : Галицька видавнича спілка, 2020. 231 с.
2. Швиданенко Г. О., Кузьомко В. М., Норіцина Н. І. Економічна безпека бізнесу : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2011. 511 с.
3. Коваленко О. В. Підходи до визначення економічної безпеки підприємства. *Економічний часопис*. 2016. № 1. С. 65–72.
4. Шкробот М. В. Сучасні технології управління персоналом : навч. посіб. Київ : КПІ, 2022. 194 с. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/87324de2-07d3-4742-a715-454fc28117ad/content> (дата звернення: 10.04.2024)
5. Чжан Х. Система управління персоналом підприємства на основі B/S Design : 10-та Міжнародна конференція з широкосмугових і бездротових обчислень, зв'язку та додатків (BWCCA), 04-06 лист., 2015 р. Краків : IEEE, 2015. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/document/7424894> (дата звернення: 10.04.2024)
6. Рахін, М., Герман, А. Особливості управління персоналом кризового підприємства. *Освіта і наука в 21 столітті*. 2017. №17. С. 151–154.
7. Економічні злочини та шахрайство: досвід українських організацій : вебсайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2020/12/17/669308/> (дата звернення: 10.04.2024)
8. Мігус І. П. Створення системи управління кадровою безпекою на підприємстві. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2018. №4 (52). С. 213–221.

УДК 657.37

АМОРТИЗАЦІЯ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА У ВОЄННИЙ ЧАС

Аліна Бзенко

bzenkoalinaan@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: спеціаліст вищої категорії Юлія Кулик

Зважаючи на всі обставини і у будь-який час, амортизація активів компанії є обов'язковою складовою бухгалтерського обліку. Війна призводить до небезпечних і непередбачуваних умов використання майна, ускладнює визначення терміну його корисної експлуатації та збільшує ризики втрати майна. В Україні більшість майна підприємств не застрахована. Єдиним виходом є впровадження прискореної амортизації, що дозволить правильно відображати витрати підприємства, пов'язані з веденням військових дій у регіонах України.

Одним з фінансових аспектів, який безпосередньо впливає на ситуацію у воєнний час, є збитки, що виникають в результаті використання основних засобів. Важливо враховувати, що немає універсального рішення у цьому питанні. Ключовим є розрізнення об'єктів залежно від їх можливості використання. Для багатьох підприємств, бухгалтерів та керівників виникає питання щодо того, чи слід продовжувати нарахування амортизації, чи необхідно виводити об'єкти з експлуатації і т. д. Хоча НП(с)БО [2], та норми Податкового кодексу

[4]. встановлюють свої правила, остаточне рішення все одно залишається за керівництвом підприємства.

Амортизація - це поступове розподілення вартості основних засобів протягом їхнього використання для врахування зносу активів у фінансовій звітності компанії та розподілу витрат на придбання цих активів на тривалий період часу. У процесі становлення амортизаційної політики головну регулюючу роль відіграють державні установи, які визначають головні елементи, такі як методика визначення амортизації, норми амортизаційних відрахувань, віднесення амортизаційних відрахувань до витрат виробництва, застосування прискореної амортизації, включення витрат на капітальний ремонт, реконструкцію та технічне оновлення виробництва, а також використання амортизаційних відрахувань [2].

У часи воєнної небезпеки значимість амортизації активів компанії може бути ключовою з декількох причин. По-перше, процес амортизації допомагає підприємству розподілити витрати на придбання основних засобів протягом їхнього корисного терміну використання, що сприяє зменшенню негативного впливу великих капітальних вкладень на фінансовий стан компанії під час військових дій. По-друге, завдяки амортизації можна зберегти виробничий потенціал підприємства для майбутнього використання навіть у складних умовах воєнних конфліктів. Нарешті, вірна практика амортизації дозволяє компанії вести облік та контролювати стан своїх активів, що є особливо важливим у період війни, коли ризик пошкодження або втрати майна зростає.

В період війни велика кількість підприємств, установ та організацій, які оголошують про тимчасовий простій. Навіть після відновлення роботи деякі підприємства не використовують частину основних засобів. Нажаль, деякі підприємства мають основні засоби, які зараз знаходяться на тимчасово окупованих територіях, а майно на підконтрольній Україні території може бути мобілізоване або використовуватися для цілей оборони, захисту населення та відсічі агресії. Міністерство фінансів України також відреагувало на виклики сучасності, опублікувавши 15 липня 2022 року наказ від 26 травня 2022 року № 148 «Про затвердження змін до деяких нормативно-правових актів Міністерства фінансів України з бухгалтерського обліку» [3]. Цим документом були внесені поправки до НП(С)БО 7 [6] та Положення про проведення інвентаризації. Строки використання та ліквідаційна вартість основних засобів переглядаються нарешті у НП(С)БО 7 п. 25 за кінець звітного року у випадку зміни очікуваних економічних вигід. Амортизація об'єкта нараховується, враховуючи новий строк використання та ліквідаційну вартість, з місяця, наступного за місяцем зміни цих параметрів. До цього вимагалось лише переглядати строк використання основних засобів при зміні очікуваних економічних вигід, але не було вимоги переглядати ліквідаційну вартість.

Загалом, існує п'ять основних методів вирішення проблеми дефіциту активів у часи війни:

1) Оцінка стану активів. Важливо проаналізувати фізичний стан, ринкову вартість та потенціал для майбутнього використання компанійних активів.

2) Розробка плану заміни активів. У випадку пошкодження або втрати активу важливо розробити план заміни, який може включати відновлення пошкодженого активу, придбання нового або його відновлення.

3) Використання послуг страхових компаній. При втраті або пошкодженні активів компанії можна отримати компенсацію від страхових компаній. Важливо мати відповідне страхування для захисту активів у разі військових конфліктів..

4) Важливо визначити ресурси фінансування, такі як кредити, інвестиції та державна допомога як додаткове фінансування.

5) У разі воєнного конфлікту підприємства можуть отримати спеціальну підтримку від урядових органів. Співпраця з установами влади для забезпечення безпеки активів і їх нормального функціонування є ключовою. Пропонується внести відповідні зміни до

політики обліку та амортизації підприємств в умовах воєнного стану в Україні. МСБО 16 та НП(с)БО 7 встановлюють можливість застосування прискореної амортизації необоротних активів, але ці стандарти не враховують наслідки масштабних ракетних атак Російської Федерації на цивільні та економічні об'єкти в Україні. Чимало нерухомих об'єктів зруйновано або захоплено окупантами, а також існує проблема недостатнього покриття майнових ризиків на вітчизняному страховому ринку. Крім того, військові дії становлять додатковий ризик для сільськогосподарської техніки. Для вирішення цих проблем потрібні як законодавчі, так і методичні зміни у політиці обліку підприємств з метою розширення можливостей використання прискореної амортизації активів, зокрема нерухомоті [1].

Отже, у військовий період процес амортизації активів компанії ускладнюється та стає важливим через загрозу їхнього пошкодження чи втрати. Ураховуючи ризики, пов'язані з військовим конфліктом, необхідно розробляти стратегії для забезпечення безпеки активів та їхнього збереження. Оцінка активів у військовий час є ключовим етапом у визначенні їхнього стану та потенціалу для майбутнього використання. Необхідно планувати заміну активів для швидкого відновлення після пошкодження чи втрати. Співпраця зі страховими компаніями та державними органами важлива для отримання допомоги та захисту активів під час військового конфлікту. Для забезпечення безпеки та захисту активів у несподіваних ситуаціях воєнного часу, важливо мати належне страхування і співпрацювати з органами влади. Це підкреслює, що ефективне управління амортизацією активів у воєнний час потребує комплексного підходу, стратегічного планування та співпраці з різними зацікавленими сторонами. Це підтверджує, що лише таким чином компанії можуть забезпечити бізнес-неперервність та захист активів у тяжких умовах воєнного конфлікту.

Список використаних джерел

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби» URL: <https://ips.ligazakon.net/document/MU17035>
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», затв. Наказом Мінфіну України від 27.04.2000 р. № 92. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>
3. Про затвердження Змін до деяких нормативно-правових актів Міністерства фінансів України з бухгалтерського обліку затв. Наказом Мінфіну України від 26.05.2022 № 148 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0779-22#Text>
4. Податковий кодекс України від 23.12.2010 № 2755-VI URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

УДК 339

ОСНОВНІ НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ КОНТРОЛЮ ЗА ГОТІВКОВИМИ ТА БЕЗГОТІВКОВИМИ РОЗРАХУНКАМИ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Тайсія Бойко

boyko.taya@ukr.net

*Черкаський державний бізнес-коледж, м. Чекраси, Україна
Науковий керівник: канд. екон. наук, доцент Алла Ткаченко*

На відміну від європейських країн, де більше здійснюються розрахунки в безготівковій формі, в Україні залишається майже рівноцінне використання готівкових і безготівкових розрахунків.

Тому, особливо в сучасних умовах господарювання необхідно посилити здійснення ефективного контролю за готівковими та безготівковими розрахунками на вітчизняних

підприємствах, так як важливим завданням є забезпечення фінансової стабільності та запобігання фінансовим ризикам. У зв'язку зі складністю фінансових операцій та зростанням їх обсягів, вітчизняним підприємствам необхідно постійно вдосконалювати свої методи та стратегії контролю за цими розрахунками.

Дослідженню контролю готівкових та безготівкових розрахунків приділяли увагу у своїх роботах багато науковців, зокрема, такі як Воронова Л. К., Дзюблюк О. В., Бутинець Ф.Ф., Бунда О.М., Верига Ю.А., Власюк Г.В., Виноградова М.О., Гришко Н.В., Жидєєва Л.І., Коваль М.І., Нездойминого О.Є., Нетреба Ю.О., Осовська Г.В., Радіонова Н.Й., Сопко В.В., Утенкова К.О. та інші.

Готівкові та безготівкові розрахунки мають свої властивості та переваги, і вибір між ними залежить від конкретних потреб та умов. Безготівкові розрахунки забезпечують швидкість, безпеку та фінансову прозорість, але можуть бути пов'язані із збільшеними витратами. Готівкові розрахунки можуть бути ефективними у випадках невеликих транзакцій та вимагати не значних витрат, але можуть бути менш безпечними та ускладнювати їх облік [1].

Безготівкові розрахунки - це перерахування певної суми коштів з рахунків платників на рахунки отримувачів коштів, а також перерахування банками за платіжними інструкціями від підприємств і фізичних осіб коштів, внесених ними готівкою в касу банку, на рахунки отримувачів коштів [1].

Зазначимо, що безготівкові розрахунки є важливими у світовому фінансово-економічному середовищі. Це не лише сприяє зниженню грошових потоків, але і прискорює комерційні взаємодії між учасниками господарської діяльності, зменшує рівень тіньової економіки, підтримує розвиток електронної комерції та онлайн-технологій, і сприяє впровадженню нових видів фінансових послуг.

На сучасному етапі, для України стає невідкладною необхідністю значних структурних зрушень у сфері безготівкових розрахунків, що сприятиме удосконаленню системи зовнішнього контролю грошових потоків та зменшенню обсягів тіньової економіки. Отже, ключовими напрямками вдосконалення зовнішнього контролю безготівкових розрахунків на рівні держави є:

1) здійснення постійного пошуку нових механізмів контролю безготівкових розрахунків, які б дозволяли на економічній основі подолати кризові явища і процеси у грошовій сфері;

2) забезпечення обов'язкового взаємозв'язку безготівкового та реального товарного обороту;

3) організація в Україні Єдиної національної системи банківських карток з урахуванням досвіду платіжної системи Європейських країн. Нова система повинна сприяти збільшенню обсягів безготівкових розрахунків в Україні, акумулюванню фінансових ресурсів на території України;

4) створення в Україні Єдиної національної системи банківських карток з урахуванням досвіду платіжної системи Європейських країн. Ця нова система має сприяти зростанню обсягів безготівкових розрахунків у країні, а також збільшенню накопичення фінансових ресурсів на території України;

5) запровадження страхування ризиків власників платіжних карток від несанкціонованого втручання та непередбаченого використання;

6) вдосконалення нормативно-правової бази щодо регламенту системи безготівкових розрахунків, що часто неможливо через відсутність політичної волі [2].

Банківським установам потрібно спонукати клієнтів до користування безготівковими розрахунками через те, що в даний час багато людей вважають за краще зберігати заощадження поза банками і використовувати готівку для розрахунків. Банки мають гарантувати безпеку під час здійснення безготівкових операцій.

Обов'язково потрібно створити спеціальні умови для того, щоб заохотити підприємців

встановлювати термінали для даного типу розрахунків. Створення державного фонду допомоги також є необхідною умовою для тих підприємців, хто має бажання встановити у власній торговельній точці обладнання, щоб здійснювати безготівкові розрахунки.

З кожним роком, а особливо в сучасних умовах вітчизняного господарювання поглиблюється проблема в організації проведення внутрішнього контролю готівкових розрахунків в бюджетних установах та комунальних підприємств, які є розпорядниками і одержувачами бюджетних коштів та належать до сфери управління виконавчих органів місцевого самоврядування в Україні [3].

Готівкові розрахунки підприємства - це платежі, котрі здійснюються організацією чи підприємством як розрахунок за реалізовану продукцію, товари чи виконані роботи.

Готівкова форма розрахунків використовується для обслуговування населення, таких як виплата заробітної плати, матеріального стимулювання, дивідендів, пенсій та грошової допомоги. Населення, отримуючи грошові доходи, витрачає їх на придбання товарів, продуктів харчування, оплату послуг і здійснює інші платежі [4].

Для покращення внутрішнього контролю над готівковими розрахунками на вітчизняному підприємстві, з метою подальшої деталізації надходження грошових коштів за вироблену продукцію, роботи та послуги, доцільно надавати користувачам додаткової облікової інформації про надходження готівки в касу у формі відповідного бухгалтерського звіту.

Ще одним методом удосконалення контролю готівкових розрахунків може бути створення щоденного Звіту про надходження грошових коштів за вироблену продукцію, роботи та послуги. Для забезпечення відповідного рівня актуальності та оперативності інформації у таких щоденних звітах необхідно забезпечити щоденне в електронній формі бухгалтерського обліку у відповідний спосіб оформлених первинних документів - банківських виписок, прибуткових та видаткових касових документів [5].

Рекомендується для вітчизняних підприємств проводити інвентаризацію каси раз в місяць, яка дозволить перевірити фактичні залишки товарів і матеріалів на складі або в магазині. Такий вид внутрішнього контролю, допоможе уникнути помилок в обліку та вчасно виявити будь-які недоліки чи втрати. Він дасть можливість оцінити справедливую вартість залишків товарів на підприємстві. Що є важливим для правильного визначення фінансового стану вітчизняного підприємства та ведення бухгалтерського обліку. Проведення інвентаризації може допомогти виявити непотрібні або застарілі товари, що дозволить оптимізувати запаси та зменшити затрати.

Також радимо залучати на підприємство для перевірки готівкових та безготівкових розрахунків, аудиторські служби хоча б один раз на три роки. Аудиторська перевірка допоможе гарантувати, що фінансова звітність вітчизняного підприємства є достовірною та неупередженою. Це є важливим як для власників підприємства, так і для інвесторів, кредиторів та інших зацікавлених сторін, які покладаються на цю інформацію для прийняття рішень. Також вона допоможе виявити та запобігти шахрайству та іншим фінансовим порушенням. Аудиторська перевірка визначить недоліки в системі внутрішнього контролю підприємства та надасть рекомендації щодо їх усунення.

Отже, удосконалення контролю за готівковими та безготівковими розрахунками на вітчизняних підприємствах є важливим завданням, яке потребує комплексних заходів з боку держави та самих підприємств. Впровадження вищезазначених напрямків удосконалення контролю дозволить значно покращити ситуацію в цій сфері та сприятиме розвитку економіки України.

Список використаних джерел

1. Голод В.В., Євдокімова М.О. Система безготівкових розрахунків в Україні. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку України в галузі управління та адміністрування: ініціативи молоді: V міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. здобувачів вищої*

освіти і молодих учених (м. Харків, 20 жовтня 2023 р.), м. Харків, 2023 р. С. 92-94 (дата звернення: 18.03.2024).

2. Лебедик Г.В., Максютенко Н.О., Яценко В.В. Стан та перспективи організації безготівкових розрахунків в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2021. Вип. 38. С. 166- 171.

URL:<http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2021/22-2021/38.pdf> (дата звернення: 18.03.2024).

3. Ткаченко А., Харенко Т. Основні аспекти проведення внутрішнього аудиту в бюджетній сфері в сучасних умовах господарювання. *Облік діяльності бізнесу в умовах воєнного стану: новації – 2023*: збірник матеріалів Першого бухгалтерського воркшопу-стажування (м. Київ, 26 жовтня-03 листопада 2023 р.), м. Київ, 2023 р. С. 83-86. (дата звернення: 18.03.2024).

4. Дзюблук О. В. Роль готівкових платежів у сучасному грошовому обігу. *Вісник економіки*. 2023. Вип. 3. С. 13 – 15.

URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/48151> (дата звернення: 18.03.2024).

5. Тарас В. 3. Особливості обліку касових операцій та шляхи покращення його організації на підприємстві. *Економічний розвиток держави, регіонів та підприємництва: оцінки та прогнози*: матеріали доповідей міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 8 грудня 2021 р.), м. Запоріжжя, 2021. С. 153 – 155. (дата звернення: 18.03.2024).

УДК 657

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ЩОДО ПОКРАЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ПРОДУКТИВНОСТІ СИСТЕМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Гліб Бразілій

gleb0204@ukr.net

Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: к.т.н., доцент Марина Чичужко

Завдяки швидкому розвитку технологій та поширенню цифрових інструментів, підприємства мають можливість оптимізувати свою діяльність, підвищувати продуктивність та ефективність роботи. Автоматизація обліково-аналітичних процесів дозволяє підприємствам швидше та точніше збирати, обробляти та аналізувати великі обсяги даних, що допомагає приймати кращі управлінські рішення. Крім того, цей підхід дозволяє зменшити ризики помилок та швидше реагувати на зміни на ринку.

Таким чином, дослідження в галузі автоматизації обліково-аналітичних процесів є важливим для підприємств, які прагнуть бути конкурентоспроможними та успішними в сучасних умовах господарювання. Актуальність дослідження процесу автоматизації обліково-аналітичної діяльності підприємств полягає у різних аспектах. Дослідження процесу автоматизації обліково-аналітичної діяльності підприємств є актуальним і важливим для покращення управління, забезпечення стабільності та успішного розвитку підприємства.

Основною метою дослідження процесу автоматизації обліково-аналітичної діяльності підприємств у сучасних умовах господарювання є з'ясування можливостей, переваг та викликів, пов'язаних з впровадженням автоматизованих систем у галузі обліку та аналітики. Мета та завдання дослідження процесу автоматизації обліково-аналітичної діяльності полягають у покращенні управлінських рішень, оптимізації ресурсів та покращенні конкурентоспроможності підприємства.

Для оцінки ефективності та результативності обліково-аналітичних процесів на

підприємстві та виявлення проблемних аспектів можна використовувати такі підходи:

- **аналіз поточних процесів:** Детальне вивчення існуючих обліково-аналітичних процесів на підприємстві, виявлення їх ефективності, швидкодії, точності та повноти.
- **порівняння з кращими практиками:** Порівняння поточних процесів з кращими практиками в галузі обліку та аналітики, ідентифікація можливих проблем та прогалин у роботі.
- **оцінка ризиків та витрат:** Визначення можливих ризиків, пов'язаних з поточними процесами, та оцінка витрат на їх усунення або оптимізацію.
- **залучення зацікавлених сторін:** Важливо залучити співробітників, керівництво та інших зацікавлених сторін до процесу оцінки ефективності та результативності обліково-аналітичних процесів для отримання об'єктивної думки.
- **обґрунтування необхідності автоматизації:** На основі отриманих даних і виявлених проблем можна обґрунтувати необхідність автоматизації обліково-аналітичних процесів на підприємстві. Автоматизація може допомогти уникнути помилок, покращити швидкість процесів, зменшити ризики та оптимізувати витрати.

Проведення такого аналізу допоможе зрозуміти потреби підприємства у впровадженні автоматизованих систем та покращити його конкурентоспроможність через ефективну роботу обліково-аналітичних процесів [1].

Для вивчення ринку програмних засобів для автоматизації обліково-аналітичних процесів та вибору оптимального рішення для підприємства, можна виконати наступні кроки:

- **аналіз потреб підприємства:** Визначення конкретних потреб підприємства у сфері обліку та аналітики. Це може включати вимоги до функціональності, інтеграції з іншими системами, масштабованості, безпеки даних тощо.
- **дослідження ринку:** Проведення дослідження ринку програмних засобів для обліково-аналітичних процесів. Оцінка доступних рішень, їх функціональності, вартості, репутації постачальників та відгуків користувачів.
- **порівняння рішень:** Порівняння характеристик та можливостей різних програмних засобів з урахуванням потреб підприємства. Важливо звернути увагу на можливості інтеграції з існуючими системами та легкість впровадження.
- **тестування та оцінка:** Проведення тестування обраного програмного засобу на практиці або демонстраційних версіях. Оцінка його ефективності, зручностей використання та відповідності потребам підприємства.
- **вибір оптимального рішення:** На основі проведених аналізу та оцінок обрати оптимальний програмний засіб для автоматизації обліково-аналітичних процесів на підприємстві.
- **впровадження та навчання персоналу:** Планування процесу впровадження програмного засобу, навчання персоналу та підготовка до запуску системи в роботу.

Цей підхід допоможе вам вибрати оптимальне рішення для автоматизації обліково-аналітичних процесів на підприємстві, яке в повному обсязі відповідає потребам та можливостям.

Для розробки індивідуалізованих рішень для підприємства, впровадження та налаштування автоматизованих систем обліку та аналітики можна виконати наступні кроки:

- **аналіз потреб підприємства:** Провести детальний аналіз потреб підприємства у сфері обліку та аналітики. Визначити конкретні вимоги до функціональності, зручностей використання, інтеграції з іншими системами, безпеки даних та інших ключових аспектів.
- **розробка індивідуалізованих рішень:** На основі аналізу потреб підприємства розробити індивідуалізовані рішення для автоматизації обліково-аналітичних процесів. Це може включати розробку спеціалізованих програмних засобів, налаштування вже існуючих систем або розробку додаткових модулів для існуючих програм.

- **впровадження системи:** Планування та впровадження розроблених індивідуалізованих рішень на підприємстві. Цей процес включає установку програмного забезпечення, налаштування системи, інтеграцію з існуючими системами, тестування та запуск в роботу.

- **навчання персоналу:** Проведення навчання персоналу з використання нової автоматизованої системи обліку та аналітики. Це допоможе забезпечити ефективне використання системи та підвищити продуктивність роботи.

- **підтримка та оптимізація:** Надання підтримки з використання системи, вирішення проблем та оптимізація роботи системи в майбутньому. Важливо постійно вдосконалювати систему, враховуючи зміни у бізнес-процесах та технологіях.

Цей план допоможе забезпечити успішне впровадження індивідуалізованих рішень для автоматизації обліково-аналітичних процесів на підприємстві, що повністю враховує потреби та сприяє покращенню ефективності бізнесу [2].

Для успішного проведення навчання та тренінгів для співробітників підприємства з метою вивчення та опанування нових інструментів та технологій, можна виконати такі кроки:

- **планування:** Визначити цілі навчання – які конкретні навички або знання потрібно набути співробітникам. Розробити детальний план тренінгу, включаючи теми, методи навчання, тривалість та розклад проведення.

- **вибір формату:** Вибрати оптимальний формат навчання, який відповідає потребам співробітників та меті тренінгу. Це може бути онлайн-курс, вебінар, інтерактивний тренінг, практичні майстер-класи тощо.

- **підготовка матеріалів:** Розробити навчальні матеріали, які будуть використовуватися під час тренінгу. Це можуть бути презентації, вправи, кейси, демонстраційні відео тощо.

- **проведення тренінгу:** Організувати проведення тренінгу, забезпечити доступ до необхідних матеріалів та інструментів. Провести тренінг з урахуванням потреб аудиторії, забезпечити можливості для практичного застосування отриманих знань.

- **оцінка результатів:** Провести оцінку результатів навчання, з'ясувати, наскільки успішно співробітники опанували нові інструменти та технології. Звернути увагу на фактори успішності навчання та можливості для подальшого удосконалення.

- **подальший супровід:** Надати сприяння співробітникам у подальшому використанні нових знань та навичок. Забезпечити можливості для практичного застосування отриманих знань у роботі та практикування нових навичок.

Цей план допоможе ефективно провести навчання та тренінги для співробітників підприємства з метою вивчення та опанування нових інструментів та технологій, що сприятиме покращенню їх професійної компетентності та продуктивності роботи [3].

Для проведення аналізу ефективності впроваджених змін, оцінки позитивного впливу автоматизації на діяльність підприємства можна виконати наступні кроки:

- **визначення ключових показників ефективності (KPI):** Визначте ключові показники ефективності, які будуть використовуватися для оцінки впливу автоматизації на діяльність підприємства. Це можуть бути, наприклад, збільшення продуктивності, зменшення часу на виконання завдань, збільшення якості продукції тощо.

- **збір даних:** Зберіть дані про роботу підприємства до впровадження автоматизації і після. Вимірюйте та аналізуйте зазначені KPI, щоб визначити зміни, які сталися після впровадження автоматизації.

- **порівняльний аналіз:** Порівняйте дані до і після впровадження автоматизації, щоб визначити позитивний вплив цих змін на діяльність підприємства. Оцініть, наскільки зміни вплинули на результативність та ефективність роботи.

- оцінка економічного ефекту: Проаналізуйте економічний ефект впроваджених змін. Враховуйте збільшення прибутковості, зменшення витрат, покращення якості продукції тощо. Розрахуйте повернення інвестицій у автоматизацію.

- звітність та презентація результатів: Підготуйте звіт про результати аналізу ефективності впроваджених змін та позитивного впливу автоматизації на діяльність підприємства. Презентуйте цей звіт керівництву та зацікавленим сторонам.

- подальша оптимізація: На основі отриманих результатів розробіть план подальших оптимізацій та удосконалень у сфері автоматизації для ще більшого покращення діяльності підприємства.

Цей процес аналізу допоможе оцінити ефективність впроваджених змін та визначити позитивний вплив автоматизації на діяльність підприємства, що дозволить приймати обґрунтовані рішення щодо подальшого розвитку та удосконалення бізнес-процесів [1].

Для подальшого вдосконалення та розвитку системи автоматизації обліково-аналітичної діяльності підприємства можна запропонувати наступні рекомендації:

- розширення функціоналу системи: Розгляньте можливість розширення функціоналу системи автоматизації, додавання нових модулів або інтеграцію з іншими програмними продуктами для покращення обліково-аналітичних можливостей.

- оптимізація процесів: Проведіть аналіз і оптимізацію існуючих бізнес-процесів з використанням системи автоматизації. Виявіть можливості для автоматизації додаткових процесів та удосконалення існуючих.

- навчання персоналу: Забезпечте навчання персоналу з використання системи автоматизації, щоб вони могли ефективно використовувати всі можливості програмного забезпечення та максимально використовувати його потенціал.

- впровадження аналітики: Розгляньте можливість впровадження аналітичних інструментів у систему автоматизації для отримання додаткової інформації та аналізу даних, що допоможе приймати кращі управлінські рішення.

- забезпечення безпеки даних: Приділяйте увагу заходам забезпечення конфіденційності та безпеки даних у системі автоматизації, використовуючи сучасні методи шифрування та захисту інформації.

- постійне вдосконалення: Створюйте план постійного вдосконалення системи автоматизації, проводячи регулярні оновлення програмного забезпечення, враховуючи потреби підприємства та зміни в законодавстві.

Ці рекомендації допоможуть покращити ефективність та продуктивність системи автоматизації обліково-аналітичної діяльності підприємства, сприятимуть оптимізації бізнес-процесів та покращать якість управління підприємством.

Список використаних джерел

1. Здір В. А., Ткаченко, А. А., Бразілій Н. М. Роль цифрових технологій для ефективного фінансово-облікового управління суб'єктів господарювання. *Проблеми сучасних трансформацій*. Серія: економіка та управління, 2024. № 11. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-09-02>

2. С. В. Скрипник, І. Б. Франчук, І. В. Шепель, Особливості автоматизації обліку підприємств у сучасних умовах. *Економіка та держава* №10 2020. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/10_2020/9.pdf

3. Перетятко Ю., Черняк Д. Автоматизація бухгалтерського обліку бюджетних установ. *Науковий вісник Полісся*. № 1(22), 2021. URL: <http://nvp.stu.cn.ua/article/view/253339/250496>

УДК 657

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ: ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ, БЛОКЧЕЙН, ХМАРНІ СЕРВІСИ

Наталія Бразілій

*к.е.н., доцент кафедри обліку, аналізу і оподаткування,
liza1278@ukr.net*

Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси, Україна

Актуальність теми дослідження інноваційних технологій в бухгалтерському обліку полягає в тому, що сучасний бізнес все більше орієнтується на використання новітніх технологій для оптимізації своїх процесів. Штучний інтелект, блокчейн та хмарні сервіси дозволяють автоматизувати багато рутинних задач, зменшити кількість помилок і покращити точність обліку.

Використання інноваційних технологій також дозволяє забезпечити більшу ефективність роботи бухгалтерського відділу. Наприклад, блокчейн може забезпечити безпеку та недоступність даних для несанкціонованого доступу, а штучний інтелект може аналізувати великі обсяги даних та надавати рекомендації щодо оптимізації фінансових процесів.

Дослідження інноваційних технологій в бухгалтерському обліку також допомагає бухгалтерам бути у курсі останніх трендів та використовувати їх переваги для покращення своєї роботи. У сучасному світі, де технологічні зміни відбуваються дуже швидко, постійне вдосконалення і розвиток професійних навичок є необхідним для успішної кар'єри в галузі бухгалтерського обліку.

Отже, тема дослідження інноваційних технологій в бухгалтерському обліку є актуальною і цікавою для бухгалтерів, які прагнуть покращити свою роботу, бути в тренді та використовувати переваги новітніх технологій.

Однією з основних причин необхідності дослідження інноваційних технологій в бухгалтерському обліку є зміна вимог та стандартів у сфері звітності та оподаткування. У зв'язку з цим, бухгалтерам потрібно постійно оновлювати свої знання та вміння, а також використовувати нові інструменти та технології для виконання своїх обов'язків.

Наприклад, введення електронного звітування та електронного документообігу вимагає від бухгалтерів вміння працювати з електронними системами та програмами. Також, поступово у всьому світі впроваджуються стандарти звітності, які передбачають використання нових технологій, наприклад, стандарт МСФЗ 9 "Фінансовий інструменти" передбачає використання моделей оцінки ризику та прогнозування [1].

Крім того, інноваційні технології можуть значно спростити процеси обліку та оподаткування, зменшити кількість помилок та покращити точність даних. Наприклад, використання штучного інтелекту дозволяє автоматизувати процеси аналізу та обробки великих обсягів даних, що значно збільшує продуктивність роботи бухгалтера.

Також, інноваційні технології можуть допомогти у покращенні контролю за фінансовими операціями та забезпечити більшу безпеку даних. Наприклад, блокчейн може забезпечити недоступність та незмінність даних, що робить їх більш надійними та захищеними від несанкціонованого доступу.

Отже, дослідження і використання інноваційних технологій в бухгалтерському обліку є необхідним для підтримки вимог та стандартів у сфері звітності та оподаткування, а також для покращення ефективності та точності роботи бухгалтера.

Однією з основних проблем застосування інноваційних технологій в системі бухгалтерського обліку звітності та оподаткування є високі витрати на їх впровадження. Нові програми, обладнання та навчання персоналу можуть бути дуже дорогими для підприємств,

особливо для менших компаній з обмеженими фінансовими ресурсами.

Крім того, не всі бухгалтери мають достатні навички та знання для роботи з новими технологіями. Використання інноваційних інструментів може вимагати додаткового навчання та підвищення кваліфікації персоналу, що також може бути дорогим та часомістким процесом.

Також, інноваційні технології можуть створювати проблеми з безпекою даних. Збереження та обробка великих обсягів фінансової інформації може бути вразливим для кібератак та несанкціонованого доступу. Підприємства повинні приділяти достатню увагу захисту своїх даних та використовувати надійні системи безпеки, що також може бути дорогим та складним процесом.

Крім того, інноваційні технології можуть створювати проблеми з інтеграцією з існуючими системами бухгалтерського обліку. Наприклад, впровадження нової програми може вимагати перенесення даних зі старої системи, що може бути складним та часомістким процесом.

Отже, хоча інноваційні технології можуть мати значний потенціал для покращення бухгалтерського обліку звітності та оподаткування, їх впровадження може стикатися з рядом проблем, таких як високі витрати, недостатні навички персоналу, проблеми з безпекою даних та інтеграцією з існуючими системами.

Наукові дослідження в галузі інноваційних технологій в системі бухгалтерського обліку, звітності та оподаткування виявляють, що їх використання може мати значний позитивний вплив на ефективність та точність обліку. Зокрема, вони можуть виявляти такі важливі аспекти:

- використання штучного інтелекту (AI) і машинного навчання для автоматизації процесів обліку та звітності, що дозволяє підвищити ефективність та точність фінансової звітності.
- розробка блокчейн-технологій для забезпечення безпеки та недоторканності фінансової інформації в системі бухгалтерського обліку.
- використання хмарних технологій для збереження та обробки великих обсягів даних, що сприяє швидкому доступу до необхідної інформації та покращенню робочих процесів.
- дослідження можливостей використання інноваційних технологій для оптимізації податкового обліку та підвищення ефективності податкового планування.
- аналіз впливу цифрових технологій на процеси аудиту та контролю у сфері фінансового обліку, що дозволяє покращити якість фінансової звітності і зменшити ризики шахрайства [2].

Наукові дослідження в галузі інноваційних технологій в системі бухгалтерського обліку, звітності та оподаткування є дуже важливими для вдосконалення процесів у цих сферах. Деякі можливі теми для таких досліджень можуть включати:

- використання штучного інтелекту в бухгалтерському обліку: Дослідження можуть спрямовуватися на застосування штучного інтелекту для автоматизації бухгалтерських процесів, виявлення шахрайства та помилок, прогнозування фінансових показників тощо.
- блокчейн технології в бухгалтерському обліку: Дослідження можуть розглядати можливості використання технології блокчейн для забезпечення надійності та безпеки фінансової звітності, автоматизації процесів аудиту тощо.
- електронна звітність та онлайн-подання документів: Дослідження можуть орієнтуватися на аналіз ефективності та переваг використання електронної звітності та онлайн-подання документів у системі бухгалтерського обліку.
- методи оптимізації оподаткування для підприємств: Дослідження можуть досліджувати нові методи оптимізації податкових платежів для підприємств, включаючи вивчення законодавства, податкових стимулів та стратегій мінімізації податкових ризиків.

• цифрова трансформація у бухгалтерському обліку: Дослідження можуть досліджувати процеси цифрової трансформації у бухгалтерському обліку, включаючи впровадження хмарних технологій, мобільних додатків та інших інноваційних рішень [3].

Ці напрями досліджень можуть сприяти розвитку сучасних практик у галузях бухгалтерського обліку, звітності та оподаткування, а також допомагати підприємствам удосконалювати свою діяльність і впроваджувати новаторські практики.

Узагальнюючи, наукові дослідження показують, що інноваційні технології можуть мати значний позитивний вплив на систему бухгалтерського обліку звітності та оподаткування. Використання автоматизованих процесів, аналітичних інструментів, хмарних технологій та розумних технологій може поліпшити ефективність, точність та якість обліку. Однак, впровадження цих технологій може стикатися з рядом проблем, таких як високі витрати, недостатні навички персоналу, проблеми з безпекою даних та інтеграцією з існуючими системами.

Таким чином, за результатами дослідження інноваційних технологій в області бухгалтерського обліку, можна зробити наступні висновки:

- штучний інтелект виявляється дуже корисним для автоматизації рутинних завдань у бухгалтерському обліку, що дозволяє працівникам зосередитися на аналізі та стратегічному плануванні.

- блокчейн-технології забезпечують безпеку та недоторканність фінансової інформації, що є критично важливим для впевненості в достовірності облікової інформації.

- використання хмарних сервісів дозволяє зберігати та обробляти великі обсяги даних більш ефективно та економічно, забезпечуючи доступ до необхідної інформації з будь-якої точки світу.

У цілому, інноваційні технології, такі як штучний інтелект, блокчейн та хмарні сервіси, можуть значно покращити якість обліку та звітності, забезпечуючи більшу ефективність, точність та безпеку фінансової інформації. Впровадження цих технологій може допомогти підприємствам покращити свою конкурентоспроможність і забезпечити стабільний розвиток у сучасних умовах швидко змінюючогося бізнес-середовища.

Список використаних джерел

1. Любимов М.О., Кулик В.А. Можливості, загрози та перспективи використання «хмарних» технологій в бухгалтерському обліку. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2019. №2 (93). С.40-46.
2. Музиченко А. О. Розвиток бухгалтерського обліку з використанням хмарних технологій. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес*. 2018. Вип. 290. С. 203-208.
3. Мазіна О.І., Олійник В.С., Рогозний С.А. Цифровізація як найважливіший інструмент розвитку системи обліку та звітності. *Інтернаука. Серія: Економічні науки*. 2020. № 5 (37), Т. 2. С. 59–66.

УДК 336

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ: РЕАЛІЇ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

Віктор Здір

Victor19831111@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Фінансове забезпечення є основою для успішного функціонування підприємств, організацій та інших суб'єктів господарювання. Тому дослідження питань, щодо фінансового забезпечення зумовлене низкою чинників, зокрема:

1. Стабільність бізнесу. Адже достатнє фінансове забезпечення дозволяє суб'єктам господарювання витримати негативні економічні впливи, такі як фінансові кризи, зміни в ринкових умовах та інші зовнішні чинники.

2. Розвиток ініціатив. Компанії з достатніми фінансовими ресурсами мають можливість інвестувати в дослідження та розробки, нові технології, розширення ринків та інші ініціативи, які сприяють їхньому розвитку.

3. Конкурентоспроможність. Суб'єкти господарювання з добре підготовленим фінансовим плануванням і керуванням можуть бути більш конкурентоспроможними, оскільки вони можуть швидше реагувати на зміни на ринку та реалізувати нові можливості.

4. Залучення інвестицій. Інвестори та кредитори зазвичай віддають перевагу підприємствам з надійним фінансовим станом, що полегшує процес залучення додаткових фінансових ресурсів.

5. Стабільність ринків. Для економічного зростання та стабільності важливо, щоб суб'єкти господарювання мали доступ до достатніх фінансових ресурсів для забезпечення зайнятості, інвестицій та споживчого попиту.

Отже, покращення та підтримка фінансового забезпечення суб'єктів господарювання є актуальною та важливою задачею в сучасних умовах економічного розвитку.

Україна має ряд проблем у сфері фінансового забезпечення суб'єктів господарювання, серед яких можна виділити наступні:

- Високий рівень корупції та недостатня правова стабільність. Корупція і недостатня дотримання правових норм створюють непередбачуваність та ризики для бізнесу, що призводить до втрат інвестицій та обмежує доступ до кредитів.

- Неефективне оподаткування. Високі податки, складні процедури сплати податків та велика кількість обов'язкових платежів негативно впливають на фінансове становище підприємств та зменшують їхню конкурентоспроможність.

- Відсутність доступних кредитів. Недостатня ліквідність у банківській системі, високі відсоткові ставки та великі вимоги до забезпечення ускладнюють отримання кредитів для розвитку бізнесу.

- Великий рівень тіньової економіки. Недостатнє оподаткування тіньових секторів призводить до втрат державного бюджету, а також створює нерівні умови для легальних бізнесів.

- Відсутність доступу до фінансових послуг у сільській місцевості. Багато малих та середніх підприємств, особливо в сільській місцевості, мають обмежений доступ до банківських послуг, що ускладнює їхню діяльність та розвиток.

- Високий рівень бюрократії. Складні процедури реєстрації бізнесу, отримання ліцензій та інших дозволів затягують процеси та збільшують витрати на ведення діяльності.

- Низький рівень фінансової грамотності. Недостатнє розуміння фінансових питань серед підприємців і керівників ускладнює ефективне управління фінансами та ведення бізнесу.

- Війна в Україні, що має серйозний вплив на фінансове забезпечення суб'єктів господарювання у багатьох аспектах:

- а) економічне спад. Військові дії призводять до зниження виробництва, збільшення безробіття та загального економічного спаду. Це призводить до зменшення обсягів продажів та прибутків для багатьох підприємств.

- б) зниження інвестицій. Воєнний конфлікт створює невпевненість серед інвесторів, які можуть утриматися від вкладання грошей в українську економіку через ризик втрати капіталу або нестабільність умов бізнесу.

- в) затрати на оборону. Уряд повинен виділяти значні фінансові ресурси на потреби в обороні та військові цілі. Це призводить до скорочення видатків на соціальні програми, освіту, охорону здоров'я та інфраструктуру.

- г) зниження попиту на ринку. Нестабільна політична та економічна ситуація в країні

впливає на зниження споживчого попиту та зменшення обсягів продажів для більшості суб'єктів господарювання.

д) збільшення ризиків для бізнесу. Військові дії, загрози тероризму та загальна невпевненість можуть збільшити ризики для бізнесу, що призводить до зниження інвестицій та зростання витрат на захист.

е) міграція робочої сили. Війна спричиняє масову міграцію населення, включаючи кваліфіковану робочу силу, що в свою чергу впливає на «доступність» працівників для підприємств та збільшує конкуренцію на ринку праці.

У цій ситуації важливо для уряду та бізнес-спільноти спільно працювати над зменшенням негативних наслідків війни та забезпеченням стійкості економіки. Це може включати в себе прийняття ефективних економічних та політичних заходів, підтримку внутрішнього підприємництва, стимулювання інвестицій та пошук шляхів вирішення конфлікту.

Розв'язання цих проблем потребує комплексного підходу, який включатиме в себе реформу податкової системи, банківського сектору, спрощення процедур бізнесу, зменшення корупції та підвищення фінансової грамотності серед підприємців.

Вдосконалення фінансового забезпечення суб'єктів господарювання є ключовим аспектом ефективного функціонування будь-якої економіки. Покращити фінансове забезпечення підприємств доцільно почати саме з таких напрямів:

1. Ефективне управління оборотними коштами. Мінімізація циклів обороту грошей, оптимізація запасів і управління кредиторською заборгованістю дозволить звільнити капітал для інших інвестицій.

2. Фінансове планування і прогнозування. Адже ретельне планування доходів і витрат допоможе уникнути фінансових криз і забезпечити стійкість фірми в умовах невпевненості.

3. Раціоналізація капіталовкладень. Саме оцінка рентабельності і ризику кожного проекту перед його здійсненням допоможе уникнути невдалих інвестицій.

4. Пошук джерел фінансування. Розширення мережі фінансових партнерів, включаючи банки, інвестиційні фонди, частних інвесторів та державні програми підтримки, забезпечить доступ до необхідних ресурсів.

5. Використання фінансових інструментів. Використання інструментів, таких як деривативи, для управління ризиками може допомогти зменшити вплив коливань на фінансовий стан суб'єкта господарювання.

6. Збільшення ефективності оподаткування. Мінімізація податкового тягара за допомогою ефективної податкової стратегії та використання податкових пільг може значно покращити фінансове становище підприємства.

7. Інновації і диверсифікація продуктів і послуг. Розвиток нових продуктів і послуг, а також входження на нові ринки можуть стати додатковим джерелом прибутку і збільшити фінансове забезпечення.

Ці стратегії можуть бути використані окремо або в комбінації для забезпечення стійкості та ефективності фінансового забезпечення суб'єктів господарювання.

Список використаних джерел

1. Ткаченко А., Подзігун Я., Кулик Ю. Удосконалення аналізу фінансового стану на українських підприємствах та шляхи їх вирішення. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2020. № 57. С.45-53 DOI:<https://doi.org/10.24025/2306-4420.0.57.2020.206258>

2. Hmyria V., Baldynyuk V., Goncharenko M. Management of Agricultural Production Enterprises in the Globalization of the Economy: Current State and Development Prospects. *Review of Economics and Finance*. 2023. Vol. 21. P. 295–303. DOI: <https://doi.org/10.55365/1923.x2023.21.29>

УДК 657.6

ОПЛАТА ПРАЦІ РОБІТНИКІВ ТОВ «ПЕЧАНІВСЬКИЙ КОМБІНАТ ХЛІБОПРОДУКТІВ»

Інна Кіян

protasov.v@ukr.net

ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ»,

м. Житомир, Україна

Науковий керівник: викладач Володимир Протасов

Питання, які стосуються розрахунків з оплати праці завжди є важливими для будь-якого підприємства. За порушення у сфері обліку та оподаткування оплати праці застосовуються значні фінансові санкції, тому бухгалтер підприємства має приділяти цим питанням значну увагу.

Метою роботи є розгляд особливостей проведення розрахунків з оплати праці працівникам на прикладі ТОВ «Печанівський комбінат хлібопродуктів».

Розрізняють: основну заробітну плату, додаткову заробітну плату, інші заохочувальні та компенсаційні виплати. Вони складають фонд оплати праці підприємства [1, с.170]. Серед основних видів додаткової заробітної плати на ТОВ «Печанівський комбінат хлібопродуктів» можна виділити доплати та надбавки за виконання висотних робіт, виграшки та погрузку вагонів, їх пломбування, тощо.

Залежно від кваліфікаційної категорії працівника визначається основна заробітна плата відповідно до годин за робочу зміну. Суми доплат та надбавок визначаються відповідно до визначених розцінок за різні види робіт, виконуваних працівниками. Серед утримань з доходів працівників можна виділити обов'язкові - податок з доходів фізичних осіб та військовий збір. Заробітну плату працівникам на даному підприємстві виплачують один раз на місяць, як видно з наведених таблиць на підприємстві не виплачують заробітну плату за першу половину місяця. Розглянемо приклади нарахування працівникам основної та додаткової заробітної плати, визначення сум податків, зборів, які проводяться на підприємстві. Особливості нарахування оплати праці, проведення утримань та визначення сум до виплати змінного майстра, що має стаж 16 років, наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Оплата праці майстра зміни

Нараховано	Сума, грн	Утримано	Сума, грн
Мінімальна заробітна плата	6 700,00	ПДФО 18%	3371,40
Навантаження мішків 12,50 т	500,00	Військовий збір 1,5 %	280,95
Різні роботи 43 години	1 290,00		
Очистка зерна 318,57 т	9 560,00	Всього	3652,35
Добові 6 діб	480,00		
Стажеві	200,00		
Всього	18 730,00	Аванс	-
До видачі 18 730,00 – 3 652,35 = 15 077, 65 грн			

Джерело : Складено автором

У змінного майстра, згідно таблиці 1, збільшення нарахованої заробітної плати відбулось за рахунок доплат за різні роботи, погрузку мішків, очистку зерна, добові, та стажеві. При визначенні заробітної плати за години враховуємо ставку, що відповідає 5 розряду, в розмірі 6 700,00 грн. Розглянемо особливості визначення надбавок та доплат

Тематичний напрям 4. Фінансово-аналітичне та обліково-контролююче забезпечення суб'єктів господарювання: сучасний стан, проблеми та шляхи удосконалення

працівникові.

Доплата за погрузку мішків: $12,50 \text{ т.} * 40,00 \text{ грн./т.} = 500,00 \text{ грн.}$ Доплата за різні роботи становить: $43 \text{ год.} * 30,00 \text{ грн./год.} = 1290 \text{ грн.}$ Очистка зерна: $318,57 \text{ т.} * 30,00 \text{ грн./т.} = 9560,00 \text{ грн.}$ Добові: $6 \text{ діб} * 80,00 \text{ грн./добу} = 480,00 \text{ грн.}$ Надбавка стажеві нараховується в розмірі 200,00 грн. Всього нараховно зарплати 18 730,00 грн. Утримано - податок з доходів фізичних осіб 18% та військовий збір 1,5 %, разом 19,5%, що становить 3 652,35 грн. Сума заробітної плати до видачі становить $18530,00 - 3652,35 = 15077,65 \text{ грн.}$

Розглянемо оплату праці апаратника обробки зерна. При визначенні заробітної плати за години враховуємо ставку, що відповідає 4 розряду, в розмірі 6 700 грн. Окрім нарахованої працівникові мінімальної заробітної плати він має ряд доплат та надбавок, Доплата за різні роботи становить: $58 \text{ год.} * 30,00 \text{ грн./год.} = 1740,00 \text{ грн.}$ Очистка зерна: $299,24 \text{ т.} * 30,00 \text{ грн./т.} = 8980,00 \text{ грн.}$ Добові: $10 \text{ діб} * 80,00 \text{ грн.} = 800 \text{ грн.}$ Всього нараховно зарплати 18 220 грн. Сума обов'язкових утримань становить 3 552,90 грн. Сума заробітної плати на руки - $18220,00 - 3552,90 = 14667,10 \text{ грн.}$ Порядок заповнення розрахункового листа розглянемо в таблиці 2.

Таблиця 2

Оплата праці апаратника обробки зерна

Нараховано	Сума, грн	Утримано	Сума, грн
Мінімальна заробітна плата	6 700,00	ПДФО 18%	3279,60
Різні роботи 58 години	1 740,00	Військовий збір 1,5 %	273,30
Очистка зерна 299,24 т	8 980,00	Всього	3552,90
Добові 10 діб	800,00		
Всього	18 220,00	Аванс	-
До видачі $18220,00 - 3552,90 = 14667,10 \text{ грн}$			

Джерело : Складено автором

Розглянемо особливості нарахування оплати праці різноробочому. При визначенні заробітної плати за години враховуємо ставку, що відповідає 3 розряду, в розмірі 6 700 грн. Доплата за різні роботи становить: $202 \text{ год.} * 30,00 \text{ грн./год.} = 6060,00 \text{ грн.}$ Добові: $7 \text{ діб} * 80,00 \text{ грн./добу} = 560,00 \text{ грн.}$ Стажеві нараховується в розмірі 200,00 грн. Всього нараховно зарплати 13 520,00 грн. загальна сума обов'язкових утримань становить 2 636,40 грн. Сума заробітної плати до видачі на руки становить $13520,00 - 2636,40 = 10883,60 \text{ грн.}$ Особливості нарахування, утримання та визначення сум до виплати розглянемо в таблиці 3.

Таблиця 3

Оплата праці різноробочого

Нараховано	Сума, грн	Утримано	Сума, грн
Мінімальна заробітна плата	6 700,00	ПДФО 18%	2433,60
Різні роботи 202 години	6 060,00	Військовий збір 1,5 %	202,80
Добові 7 діб	560,00	Всього	2 636,40
Стажеві	200,00		
Всього	13 520,00	Аванс	-
До видачі $13520,00 - 2636,40 = 10883,60 \text{ грн}$			

Джерело : Складено автором

Порівнюючи оплату праці робітників, які мають різні розряди, різний стаж, ми бачимо, що оплата праці суттєво відрізняється. Все залежить від добового навантаження працівника, характеру виконуваних робіт.

Для України, як аграрної держави, вирощування, переробка, зберігання та реалізація зернових культур є важливою статтею наповнення бюджету. Тому пильна увага має приділятися відповідній оплаті праці працівників, що працюють на комбінатах хлібопродуктів.

Список використаних джерел

1. Крупка Я. Д., Задорожний З. В., Гудзь Н. В. та ін. Фінансовий облік: підруч. 4- те вид. доп. 1 перероб. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. 451 с.

УДК 657.05: 351.863

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВО-АНАЛІТИЧНОГО ТА ОБЛІКОВО-КОНТРОЛЮЮЧОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Руф Корнієнко

rutinakornienko@gmail.com

*Черкаський державний бізнес-коледж м. Черкаси, Україна
Науковий керівник: канд. істор. наук, доц. кафедри дизайну
та соціально-культурних дисциплін Сергій Куксенко*

Фінансово-аналітичне та обліково-контролююче забезпечення в сучасному бізнес-середовищі, яке характеризується швидкими змінами, високою конкуренцією та постійними технологічними інноваціями, стає стратегічно важливим для успішного функціонування підприємств. Зростання складності фінансових операцій, великі обсяги даних, які потрібно аналізувати, а також зміни в регулюванні, створюють потребу в пошуку нових підходів до оптимізації цих процесів. Зростання конкуренції, нестабільність економічного середовища, швидкі зміни у технологічній сфері та потреба у постійному аналізі та контролі фінансових процесів диктують великий попит на розробку та впровадження новітніх методів та інструментів для оптимізації фінансово-аналітичного та обліково-контролюючого забезпечення. Адаптація до цих змін та впровадження передових практик у галузі фінансів є важливою умовою успішної діяльності підприємств у сучасних умовах.

Мета дослідження полягає в вивченні та аналізі шляхів удосконалення фінансово-аналітичного та обліково-контролюючого забезпечення підприємств з метою підвищення їхньої ефективності та конкурентоспроможності; виявлення оптимальних стратегій та методів, які дозволять підприємствам забезпечувати точну та безпомилкову фінансову звітність, ефективно аналізувати фінансові дані для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, що сприятиме підвищенню ефективності та конкурентоспроможності підприємств у глобальному ринковому середовищі.

Оцінка існуючого фінансово-аналітичного та обліково-контролюючого забезпечення включає в себе такі параметри:

1. *ефективність фінансового аналізу* з використанням сучасних методів приєє вдалим управлінським рішенням;

2. *система обліку та звітності* функціонує достатньо ефективно, проте є місця для покращень у виявленні та коректному відображенні всіх фінансових операцій;

3. *контрольні процедури* в значній мірі виконують свою функцію, але можна покращити їхню ефективність у виявленні потенційних ризиків та шахрайства;

4. *використання сучасних технологій* у фінансовому аналізі та обліку є на задовільному рівні, проте існують можливості для автоматизації та впровадження більш передових систем;

5. *проблемні аспекти та недоліки* визначають нестачу аналітичних знань у певної частини персоналу, потребу удосконалення системи контролю за фінансовими операціями та більш ефективного використання інформаційних технологій для підтримки аналізу та обліку.

Шляхи вдосконалення фінансово-аналітичного та обліково-контролюючого

забезпечення можуть включати:

1. розширення використання програмного забезпечення для автоматизації процесів фінансового аналізу та обліку має значно підвищити ефективність і точність роботи;
2. підвищення кваліфікації персоналу дозволить використовувати нові інструменти та технології, допоможе покращити фінансовий облік та аналіз;
3. оптимізація процесів фінансового аналізу та обліку дозволить зменшити час на виконання завдань і підвищити їхню ефективність;
4. вдосконалення системи контролю за фінансовими операціями та виявленням ризиків допоможе зменшити ймовірність помилок і шахрайства;
5. забезпечення доступу до потрібної інформації, створення зручного та ефективного інформаційного середовища, у якому працівники мають доступ до необхідної інформації для виконання своїх обов'язків;
6. запровадження аналітичних інструментів для прогнозування фінансових результатів, виявлення ризиків допоможе приймати більш обґрунтовані управлінські рішення.

Ці шляхи спрямовані на покращення ефективності, точності та надійності фінансово-аналітичного та обліково-контролюючого забезпечення, що в свою чергу сприятиме підвищенню ефективності управління та прийняттю обґрунтованих управлінських рішень.

Важливо продовжувати досліджувати можливості використання нових технологій, розвивати методи аналізу даних та вдосконалювати системи управління фінансами для досягнення більшої ефективності та конкурентоспроможності в сучасному бізнес-середовищі.

Список використаних джерел

1. Бутинець Т.А. Управлінський контроль та його елементи. *Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки*. 2017. № 1. С. 24-29.
2. Куцик П. О. Інтегрована система обліку і внутрішнього контролю в управлінні ринками : монографія. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2020. – 280 с.
3. Старенька О. М. Методичні основи здійснення оперативного контролю на промислових підприємствах. *Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць*: Одеський національний економічний університет. 2018. № 1 (65). С. 175-185.

УДК 657.6

ОПЛАТА ПРАЦІ ФАХІВЦІВ ІНКЛЮЗИВНО-РЕСУРСНОГО ЦЕНТРУ

Яна Коронська

protasov.v@ukr.net

ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ»,

м. Житомир, Україна

Науковий керівник: викладач Володимир Протасов

Правильне нарахування та своєчасна виплата заробітної плати працівникам має важливе значення для збереження кадрового потенціалу будь-якого підприємства. На даному підприємстві працює один головний бухгалтер, який повинен регулярно знайомитись зі змінами законодавства у сфері обліку, оподаткування та документального оформлення доходів працівників.

Метою роботи є розгляд особливостей нарахування різних видів оплати праці, проведення утримань з доходів працівників на прикладі вчителів інклюзивно-ресурсного центру.

Інклюзивно-ресурсний центр це установа, що утворюється з метою забезпечення

права дітей з особливими освітніми потребами віком від 2-х до 18-ти років на здобуття дошкільної та загальної середньої освіти, в тому числі у закладах професійної (професійно-технічної) освіти та інших закладах освіти, які забезпечують здобуття загальної середньої освіти, шляхом проведення комплексної психолого-педагогічної оцінки розвитку дитини, надання психолого-педагогічних, корекційно-розвиткових послуг та забезпечення їхнього системного кваліфікованого супроводу [1].

Відповідно до Закону України «Про оплату праці» розрізняють: основну заробітну плату, додаткову заробітну плату, інші заохочувальні та компенсаційні виплати. Вони складають фонд оплати праці підприємства [2, с.170]. Серед основних видів додаткової заробітної плати в ІРЦ можна виділити надбавки за престиж праці та вислугу років. При нарахуванні заробітної плати вчителям використовують кошти освітньої субвенції. Згідно табелю робочого часу в даній установі вчителі працюють по 7,2 години щодня, діловод та бухгалтер – по 8 годин, працівники, хто працює на 0,5 ставки – по 3,6 годин щодня. Для ілюстрації нарахування оплати праці розглянемо декілька прикладів. Особливості нарахування, утримання та визначення сум до виплати практичного психолога розглянемо в таблиці 1.

Таблиця 1

Оплата праці практичного психолога

Нараховано	Сума, грн	Утримано	Сума, грн
Оклад	10076,00	ПДФО 18%	2448,47
Вислуга (10%)	1007,60	Військовий збір 1,5%	204,04
Престиж (25%)	2519,00	Профспілкові внески 1%	136,03
Всього	13602,60	Всього	2788,54
		Видано	
		Аванс	4 500,00
До видачі 13602,60 – 2788,54 – 4500,00 = 6314,06грн			

Джерело: Складено автором

У практичного психолога, який працює на повну ставку, згідно таблиці 1, заробітна плата становить згідно окладу 10076,00 грн. Згідно табелю робочого часу за даний місяць відпрацьовано 23 дні та 165,6 годин. Розглянемо особливості визначення надбавок та доплат. Надбавка за вислугу років нараховується в розмірі : 10076,00 грн *10% = 1007,60 грн. Надбавка за престиж праці становить 10076,00 грн* 25 % = 2519,00 грн. Всі належні утримання проводимо з нарахованого доходу працівника. Зокрема величина ПДФО становить 13602,60 грн. *18% = 2448,47 грн. Сума військового збору становить 13602,60 грн. *1,5% = 204,04 грн. Сума профспілкових внесків утримується в розмірі 13602,60 грн. *1% = 136,03 грн.

Розглянемо оплату праці вчителя-реабілітолога, який працює на 0,5 ставки, заробітна плата згідно окладу становить 5038,00 грн. Згідно табелю робочого часу за даний місяць відпрацьовано 23 дні та 82,8 годин. Особливості нарахування, утримання та визначення сум до виплати розглянемо в таблиці 2.

Таблиця 2

Оплата праці вчителя-реабілітолога

Нараховано	Сума, грн	Утримано	Сума, грн
Оклад	5038,00	ПДФО 18%	686,97
Престиж (25%)	1259,00	Військовий збір 1,5%	94,46
		Профспілкові внески 1%	62,98
Всього	6297,50	Всього	844,41
		Видано	
		Аванс	2500,00
До видачі 6297,50 – 844,41 – 2500,00 = 2953,09грн			

Джерело: Складено автором

У вчителя-реабілітолога, згідно таблиці 2, відсутня надбавка за вислугу років.

Надбавка за престиж праці становить $5038,00 \text{ грн.} \cdot 25\% = 1259,00 \text{ грн.}$ Всі належні утримання проводимо з нарахованого доходу.

Розглянемо оплату праці ще вчителя-логопеда, який працює на повну ставку, заробітна плата становить згідно окладу 10076,00 грн. Згідно табелю робочого часу за даний місяць відпрацьовано 23 дні та 165,6 годин. Розглянемо особливості визначення надбавок та доплат. Надбавка за вислугу років нараховується в розмірі: $10076,00 \text{ грн} \cdot 20\% = 2015,20 \text{ грн.}$ Надбавка за престиж праці: $10076,00 \text{ грн} \cdot 25\% = 2519,00 \text{ грн.}$ Порядок нарахування, утримання та визначення сум до виплати розглянемо в таблиці 3.

Таблиця 3

Оплата праці вчителя-логопеда			
Нараховано	Сума, грн	Утримано	Сума, грн
Оклад	10076,00	ПДФО 18%	2629,84
Вислуга (20%)	2015,20	Військовий збір 1,5%	219,15
Престиж (25%)	2519,00	Профспілкові внески 1%	146,10
Всього	14610,20	Всього	2995,09
		Видано	
		Аванс	5000,00
До видачі $14610,20 - 2995,09 - 5000,00 = 6615,11 \text{ грн}$			

Джерело: Складено автором

Всі наведені вище розраховані суми бухгалтер вказує в розрахунковій відомості по заробітній платі за місяць. Загальні суми з розрахункової відомості відображаємо в меморіальному ордері № 5. В ньому наводимо також величину єдиного соціального внеску, нарахованого на загальний дохід працівників. Серед головних відмінностей в нарахуванні заробітної плати працівникам, у порівнянні із закладом середньої освіти, є відсутність надбавок та доплат за перевірку зошитів, класне керівництво, керування гуртком, тощо. В даній установі всім працівникам було своєчасно видано заробітну плату за першу половину місяця, Отримані в таблицях показники заробітної плати до видачі становлять суму заробітної плати за другу половину місяця.

Зростання доходів працівників інклюзивно-ресурсних центрів, правильне нарахування доплат та надбавок, своєчасна виплата заробітної плати є свідченням турботи держави про престиж професії педагогічного працівника.

Список використаних джерел

1. Положення про інклюзивно-ресурсний центр. Затверджено постановою КМУ від 12 липня 2017 р. N 545. URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/kp170545?an=13&ed=2020_10_21 (дата звернення: 30.03.2023)
2. Я. Д Крупка, 3. В. Задорожний, Н. В. Гудзь та ін. Фінансовий облік: підруч. 4- те вид. доп. і перероб. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. 451 с.

УДК 657.44

ДЕРЖАВНИЙ ФІНАНСОВИЙ АУДИТ: ПОНЯТТЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ

Юлія Крот
yulichca@ukr.net
к.е.н., доцент

Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси, Україна

Розвиток аудиторського контролю в Україні почався з ухвалення Закону України «Про аудиторську діяльність» № 3125 від 22.04.1993 року, який визначав аудит як «перевірку інформації бухгалтерського обліку та показників фінансової звітності суб'єкта

господарювання». У зв'язку із суттєвими змінами у понятійний апарат, питання регулювання аудиторської діяльності 2017 році був прийнятий новий Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність», згідно з ним, аудит – це аудиторська послуга з перевірки даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності та/або консолідованої фінансової звітності юридичної особи або представництва іноземного суб'єкта господарювання, або іншого суб'єкта, який подає фінансову звітність та консолідовану фінансову звітність групи, з метою висловлення незалежної думки аудитора про її відповідність в усіх суттєвих аспектах вимогам національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку, міжнародних стандартів фінансової звітності або іншим вимогам. [2]. Наразі інших законодавчих актів, що регулюють питання аудиту в Україні не існує. Проте існують різні поняття та категорії щодо аудиту, зокрема державний фінансовий аудит, податковий аудит, чіткого визначення яких у вітчизняних законах не надаються. Це, у свою чергу, інколи призводить до невірної тлумачення та неоднозначного сприйняття різних видів аудиту. Наше дослідження буде присвячене конкретизації поняття державного фінансового аудиту та особливостей його здійснення на сучасному етапі.

Проблематику державного фінансового контролю та аудиту в Україні вивчали різні групи дослідників, які внесли значний внесок у розуміння та вирішення проблем державного фінансового контролю та аудиту в Україні, сприяючи покращенню системи контролю та забезпеченню більшої ефективності використання державних фінансових ресурсів. Зокрема такі вчені як: М.Т. Білуха, Ф.Ф. Бутинець, М.М. Каленський, О.І. Петрик, тощо.

Проте залишається неврегульованим чітке визначення фінансового державного аудиту та його виокремлення із системи незалежного аудиту. Суттєвим хибним моментом є ототожнення поняття аудиту та державного фінансового аудиту. Оскільки, незважаючи, на нібито спільне поняття «аудит», ці види контролю несуть різне змістове навантаження, виконують різні функції. А тому ототожнення аудиту та державного фінансового аудиту є невірне та недоцільне, адже аудит як базове поняття являє собою незалежну перевірку.

Поява та розвиток державного аудиту в національній практиці обумовлені рядом чинників, включаючи: 1) потребу у підвищенні ефективності контролю за державними фінансами та удосконаленні діяльності організацій, що використовують бюджетні кошти; 2) складність процесу формування бухгалтерської інформації та недостатність кваліфікації для самостійної перевірки правильності фінансового обліку; 3) потребу у впровадженні менш фіскального, але більш оперативного контролю, спроможного наглядати за рухом та використанням бюджетних коштів та майна. Основними органами, що реалізують державний аудит в Україні, є Державна аудиторська служба України (ДАСУ) та Рахункова палата. Загалом, аудит проводиться з метою вжиття коригувальних заходів у випадках виявлених порушень законності, вірності, ефективності, а також залучення до відповідальності осіб, що прямо або опосередковано винні у скоєних порушеннях. У вітчизняному законодавстві не існує єдиного узагальненого визначення державного фінансового аудиту.

Державний фінансовий аудит виступає як одна з форм державного контролю у сфері фінансів та полягає у перевірці та оцінці фактичного використання державних або місцевих фінансових ресурсів та майна, а також відповідності цьому відповідних законодавчих та регулятивних вимог. В рамках державного фінансового аудиту виконуються такі види перевірок:

- фінансовий аудит, спрямований на оцінку відповідності фінансової звітності встановленим стандартам та правилам;
- аудит ефективності, що оцінює результативність діяльності та використання фінансових ресурсів.

Завдання Рахункової палати спрямовані переважно на здійснення фінансового аудиту.

Процес проведення державного аудиту включає наступні етапи:

1. Планування аудиторських заходів, що базується на аналізі зібраної інформації та прийнятті рішень про стратегію перевірки, що підтверджується відповідними керівництвом

органів контролю.

2. Розроблення програми аудиту, що ґрунтується на оцінці систем внутрішнього контролю та визначає потребу в самостійному виявленні та усуненні можливих ризиків.

3. Аналіз ризиків, що включає перевірку різних аспектів діяльності, фінансової звітності та контрольних процедур об'єкта аудиту.

4. Підготовка звіту про результати аудиту, який містить висновки щодо відповідності законодавчих вимог та ефективності діяльності об'єкта аудиту, а також рекомендації з її покращення.

Незважаючи на досягнуті успіхи у вивченні теоретичних та методологічних аспектів державного фінансового аудиту, є потреба у подальшому розвитку та вдосконаленні цієї сфери. Тому для ефективного розвитку державного фінансового аудиту в Україні необхідно розглянути та впровадити теоретичні та практичні основи цієї діяльності, а також адаптувати міжнародний досвід в цій області. Також важливо забезпечити широке інформування громадськості про сутність та переваги державного фінансового аудиту та відрізнити його від інших форм державного контролю, спрямованих на виявлення порушень та притягнення винних осіб до відповідальності.

Список використаних джерел

1. Бюджетний кодекс України №2456-VI від 08.07.2010 зі змінами та доповненнями. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text>

2. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо запобігання фінансовим правопорушенням, забезпечення ефективного використання бюджетних коштів, державного і комунального майна» №3202 від 15.12.2005. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3202-12#Text>

3. Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» №2258-VIII від 21.12.2017 зі змінами та доповненням. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19#Text>

УДК:651.1:331.217.658.115](477

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ

Вікторія Кузьміна
vkuzmina831@gmail.com

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

Актуальність теми обліку розрахунків з оплати праці в бюджетних установах полягає в ефективності та точному обліку заробітної плати, що є важливим для забезпечення фінансової стабільності та ефективного управління бюджетними ресурсами. Зважаючи на те, що заробітна плата є основним доходом громадян вона стає визначальним фактором формування соціальної справедливості в суспільстві. На сьогоднішній день багато бюджетних установ, таких як, громадські організації, навчальні заклади, медичні установи та інші, стикаються з рядом проблем у сфері обліку оплати праці.

Питання оплати праці в бюджетних установах та шляхи удосконалення їх обліку досліджували багато науковців, серед яких: Н.Ф. Яремчук, О.І. Линник, Ф.Ф. Бутинець, Н.В. Баланович, О.П. Левченко, Л.А. Сахно, Н.О. Божок, Н.Л. Правдюк та інші.

Бухгалтерський облік бюджетних установ в цілому відрізняється від обліку інших суб'єктів господарювання, через специфіку їх діяльності, що вимагає додаткової уваги до відповідності з законодавством та стандартами бухгалтерського обліку [1].

Найбільшою проблемою обліку, в тому числі і розрахунків з оплати праці, бюджетних установ є те, що існуючі системи обліку часто є застарілими та неефективними, що призводить до значних затримок у виплатах заробітної плати та може спричиняти недовіру серед працівників. Крім того, відсутність автоматизованих процесів і контролю може призвести до помилок у розрахунках та недостовірності фінансової звітності. У зв'язку з існуючими умовами необхідно впроваджувати нові методи та технології обліку зарплати в бюджетних установах стає нагальною потребою. Саме тому впровадження спеціального програмного забезпечення може допомогти у вирішенні цієї проблеми. Значним перевагами використання програмного забезпечення при обліку розрахунків з оплати праці є:

- Оптимізація робочих процесів.
- Автоматизація розрахунків заробітної плати на основі встановлених правил та параметрів.
- Зберігання всіх даних про працівників необхідних для розрахунку заробітної плати в одній базі.
- Забезпечення відповідності з законодавством.
- Автоматична побудова звітності [2].

Чудовим варіантом для цього може стати програмне забезпечення «Дебет Плюс», однієї з головних переваг на сьогоднішній час є те що ця програма розроблена українською компанією-розробником. В переліку своїх розробок вони також створили конфігурацію націлену повністю для бюджетних установ «Комплексний облік для бюджетних установ України», яка дає можливість організовувати бухгалтерський, оперативний, фінансовий та кадровий облік для будь-якої установи державного сектору України та для будь-якого рівня розпорядника коштів:

- для одержувачів бюджетних коштів;
- для розпорядників та головних розпорядників коштів бюджету;
- для органів місцевого самоврядування;
- для закладів освіти (коледжі, школи, дошкільні заклади тощо)
- для інших бюджетних установ та організацій, що ведуть облік за планом рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі, затвердженим наказом Міністерства фінансів України « Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі» № 1203 від 31.12.2013 р. (зі змінами та доповненнями) [3].

Спеціально для обліку розрахунків з оплати праці в їх переліку підсистем є «Облік кадрів та заробітної плати в бюджетних установах», що передбачає автоматизацію процесу обліку розрахунків з оплати праці, а саме:

- створення тарифікації та автоматичне внесення змін до неї;
- призначення різних видів доплат та утримань – як відсоткових, так і сумових;
- розрахунок виплати відпускних і лікарняних після внесення наказів;
- автоматичне нарахування премії медичному персоналу;
- автоматичний розрахунок та нарахування суп доплат до мінімальної зарплати, а також надання пільги з ПДФО;
- відстеження процесу розрахунків виплати нарахованої заробітної плати та лікарняних за рахунок ФСС з ТВП;
- розрахунки нарахування та утримання у розрізі різних джерел фінансування (загальний чи спеціальний фонди);

- створення та можливість експорту у банк платіжної відомості для виплату заробітної плати;
- автоматичне формування та запис на електронні носії «Заяви-розрахунку на відшкодування лікарняних»;
- створення «Довідки про середню заробітну плату» в різних формах [4].

Отже, облік розрахунків з оплати праці є важливим оскільки від нього залежить ефективне управління фінансовими ресурсами, забезпечення фінансової стабільності та продуктивності праці працівників, тому що заробітна плата є головною мотивацією для співробітників. Основною проблемою у цій області є застарілість та неефективність існуючих систем обліку, що призводить до затримок у виплатах заробітної плати та може порушувати довіру серед працівників. Впровадження спеціального програмного забезпечення, зокрема програми "Дебет Плюс", може значно полегшити цей процес, забезпечуючи оптимізацію робочих процесів, автоматизацію розрахунків та забезпечення відповідності з законодавством. Таким чином, використання програмного забезпечення є одним із основних ключових шляхів для вирішення проблем обліку розрахунків з оплати праці в бюджетних установах.

Список використаних джерел

1. Омелянчук Г.А. Облік розрахунків з оплати праці бюджетної установи: *Proceedings of the 8th International Scientific and Practical Conference «Science, Education, Innovation: Topical Issues and Modern Aspects»*. 2023. Вип. 3. С. 107-109. URL: <http://ir.polissiauniver.edu.ua/handle/123456789/14740> (дата звернення: 15.04.2024)
2. Мохненко А.С., Хомолук Ю.Ю. Особливості обліку заробітної плати на підприємствах комунальної сфери. *Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів: теоретичні та практичні аспекти* : матеріали V Міжнародн. наук.-практ. конф. (м. Херсон, 22-23 жовтня 2020 р.) м. Херсон 2020 р. С. 13-16. URL: <http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/handle/B4.pdf?sequence=1> (дата звернення: 15.04.2024)
3. Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі: затв. наказом М-ва фінансів України від 31.12.2013р. №1203 (зі змінами та доповненнями від 20.11.2023р) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-14#Text> (дата звернення: 15.04.2024)
4. Програмний комплекс для автоматизації бухгалтерського, оперативного та фінансового обліку «Дебет Плюс». *Дебет Плюс* : веб.сайт. URL: <https://debet.com.ua/> (дата звернення: 15.04.2024)

УДК: 65.012.1 (73)

РОЗПОЧАТИ БІЗНЕС У США: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

Кулик Ігор

Ihor12kulyk@gmail.com

Студія «Fred Astaire Dance Studios», м. Олбані, США

Науковий керівник: к.е.н Віктор Здір

Вихід на закордонний ринок – рішення, до якого рано чи пізно приходять багато підприємців, які досягли певних успіхів у локальному бізнесі. Іноді робота на іноземну аудиторію від самого початку у пріоритеті у засновників власної справи. Одним із

найпоширеніших і найпростіших способів розпочати бізнес в США є відкриття компанії з обмеженою відповідальністю, або LLC. Американці часто використовують фразу «first things first», що можна перекласти як «про все по черзі».

Запуск бізнесу в США — захопливий, але непростий процес. Для іммігрантів особливо важлива адаптація до особливостей місцевого ринку. Одним із головних викликів стає різниця в менталітеті. Те, що здається звичним і природним для жителів Східної Європи (України, Румунії, Грузії та інших країн), може сприйматися американцями як незвичайне або навіть неприйнятне. Це важливо враховувати при розробці бізнес-стратегії. У різних штатах діють різні правила щодо ведення бізнесу, тому вибір конкретного штату може відіграти ключову роль у розвитку компанії. Вибір штату для реєстрації LLC залежить від багатьох факторів, включно з цілями та специфікою бізнесу[1].

Відкриття бізнесу, орієнтованого на україномовних, може стати чудовим стартом. Це створює конкурентну перевагу і зменшує необхідність глибокої адаптації до американської культури на початковому етапі. Необхідно вивчити, які послуги або продукти затребувані у певному регіоні, брати участь у місцевих бізнес-заходах, щоб зрозуміти, як американці будують ділові відносини. Необхідно скористатися численними ресурсами, які допомагають іммігрантам освоїтися. Бізнес-школи, онлайн-курси та програми підтримки стартапів допоможуть не тільки вивчити місцевий ринок, а й знайти менторів. Американці цінують якісне обслуговування та чітку комунікацію. Регулярно необхідно збирати зворотний зв'язок від клієнтів і оперативно розв'язувати їхні питання.

Серед вихідців із пострадянських країн популярним є «українські» магазини, де можна придбати звичні предмети побуту, книги та продукти. Багато іммігрантів, навіть через десятиліття, не можуть звикнути до місцевих харчів і частіше роблять покупки саме в таких магазинах, попри вищі ціни. Крім магазинів, іммігранти часто вибирають бізнес-ідеї, пов'язані з: вантажоперевезеннями (траковий бізнес); moving-послугами (перевезення і зберігання речей під час переїзду); клінінговими послугами (прибирання житлових і комерційних приміщень); ремонтом побутової техніки; beauty-індустрією; художньо-мистецькі заклади (танцювальні та музичні школи) та освітою (приватні дитячі садки для російськомовних сімей, онлайн-школи тощо) [3].

Реєстрація компанії в США здійснюється відповідно до законодавства конкретного штату, а не країни загалом. На вибір штату впливають безліч чинників, зокрема[4]:

1) Вид діяльності компанії. Кожен штат встановлює свої правила для різних видів бізнесу. Наприклад, в одних штатах отримання ліцензій може бути простішим і дешевшим, тоді як в інших процес виявиться витратним і складним.

2) Податки. Податкова система в США працює на трьох рівнях: федеральному, штатному та місцевому. Це важливий аспект для оцінки рентабельності:

3) Корпоративний податок: Вайомінг, Південна Дакота і Невада не стягують його, що робить їх привабливими для стартапів.

4) Податок на продажі: в Орегоні, Делавері та Монтані він відсутній — перевага для торгових компаній.

5) Податок на дохід фізичних осіб: Флорида і Техас звільняють жителів від цього податку, що особливо вигідно для власників бізнесу, які планують отримувати особистий дохід.

6) Платоспроможність населення. Штати з високим рівнем доходів, такі як Каліфорнія і Нью-Йорк, приваблюють компанії, орієнтовані на преміальний сегмент. Однак варто зважати на високі податки та дорогу оренду.

7) Попит і конкуренція. Ринкові тренди підкажуть, який штат найбільш вигідний. Так

для технологічних стартапів підійдуть Каліфорнія і Техас, а для підприємств у логістиці краще обрати штати зі вдалим географічним розташуванням, такі як Іллінойс і Техас.

8) Фізична адреса. Деякі штати вимагають наявності місцевого офісу для зареєстрованої компанії. Це може стати перешкодою для тих, хто вважає за краще працювати віддалено.

Окремо потрібно зазначити, що в деяких штатах передбачено звільнення від територіальних зборів, тоді як інші вимагають обов'язкової звітності та сплати податків. Ще один момент полягає в тому, що офіс компанії повинен фізично перебувати в штаті реєстрації.

Етапи відкриття компанії в США[2]:

1. Вивчення інформації - Перш за все, важливо вивчити, як відкрити та зареєструвати компанію в США. Необхідно розібратися у формах власності. Основні з них:

Sole Proprietorships (індивідуальний підприємець);

CORP (корпорація);

LLC (компанія з обмеженою відповідальністю) та інші.

2. Визначення назви фірми - вибір назви та перевірка її доступності. Якщо обрана назва унікальна, її буде опубліковано в Офіційному віснику. Важливо враховувати, що назву може бути відхилено, якщо вона співзвучна з уже зареєстрованою.

3. Реєстрація компанії - зареєструвати компанію можна особисто, онлайн або надіславши реєстраційну форму поштою (її можна знайти на сайті Secretary of State або в City Hall). Вартість реєстрації залежить від типу бізнесу. Розмір зборів вказано на сайті штату.

4. Отримання податкового номера (EIN/TIN) - після реєстрації компанії необхідно отримати податковий номер EIN (Employer Identification Number) або TIN (Taxpayer Identification Number). Для цього потрібно заповнити форму на сайті Internal Revenue Service (IRS) або надіслати її поштою.

5. Отримання дозволів і ліцензій - документи потрібні для діяльності в Каліфорнії, можна на сайті Governor's Office of Business and Economic Development.

6. Відкриття банківського рахунку - для цього знадобиться податковий номер. Дізнатися перелік необхідних документів можна на сайті обраного банку.

Список використаних джерел[^]

1. Albats, E., Podmetina, D., & Vanhaverbeke, W. (2023). Open innovation in SMEs: A process view towards business model innovation. *Journal of Small Business Management*, 61(6), 2519-2560.

2. Butler, S., Gamalielsson, J., Lundell, B., Brax, C., Mattsson, A., Gustavsson, T., ... & Lönroth, E. (2023). On business adoption and use of reproducible builds for open and closed source software. *Software Quality Journal*, 31(3), 687-719.

3. Davies, J., Thomas, H., Cornuel, E., & Cremer, R. D. (2023). *Leading a business school* (p. 234). Taylor & Francis.

4. Makarich, T. (2023). Features of doing business in the USA.

УДК 657.6

ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ ТОВАРІВ У МАГАЗИНІ

Олександр Летенко

protasov.v@ukr.net

ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ», м. Житомир,
Україна

Науковий керівник: викладач Володимир Протасов

Матеріальні активи потрапляють на підприємство з різноманітних джерел і можуть зазнавати втрат під час транспортування, зберігання, або безпосередньо у виробничому процесі. Своєчасне та правильне документування цих втрат є важливим для вирішення питань, пов'язаних із компенсацією збитків, списанням недостач та врахуванням надлишків. Метою роботи є аналіз документального оформлення інвентаризації товарів в магазині.

Однією з причин проведення інвентаризації товарних запасів може бути встановлення фактів недостач, крадіжок товару. На підставі наказу керівника інвентаризаційна комісія в присутності матеріально-відповідальної особи проводить перерахування, переважування майна. По закінченні інвентаризації складаються наступні документи: інвентаризаційний опис, порівняльна відомість (при наявності відхилень від даних обліку), розрахунок природних втрат (при потребі), розрахунок по зарахуванню пересортування (при потребі), пояснення матеріально відповідальної особи за фактами нестач, лишків, псування, пересортування тощо, розрахунок матеріальної шкоди (при наявності нестачі) [1, с.426]. Розглянемо заповнення первинного документа по результатах інвентаризації товарних запасів магазину в таблиці 1.

Таблиця 1

Інвентаризація товарів в магазині «Капітошка» від 15 січня 2024 р.

Організація ПП «Капітошка» Юр. адреса 10011, м. Житомир, вул. Перемоги 14

Тел. 0444-31-44-31 Код за ЄДРПОУ 12469552. ПІН 123456955876 № свід. 547845689056.

Склад ПП «Капітошка»

№	Код УКТ ЗЕД	Товар	Кількіс ть	Кількі сть факт	Од	Ціна	Сума	Сума факт	Результат	
									Кіл- ть	Сума
1	556	Рулет з маком 350г упак	7	6	шт	37,40	261,80	224,40	-1	-37,40
2	275	Рулет з яблукам 250г упак	10	11	шт	26,80	268,00	294,80	1	26,80
3	680	Палички кукурудзяні 150г упак	6	6	шт	19,90	119,40	119,40	0	0
		Всього						638,60		

Всього найменувань 3 на суму фактично 638,60 грн.

Шістьсот тридцять вісім грн.60 коп.

Голова комісії

Директор Летенко Олексій Олександрович

Члени комісії

Головний бухгалтер Козир Катерина Адольфівна

Адміністратор Власенко Павло Олександрович

Джерело: складено автором

Розглянемо документальне оформлення оприбуткування надлишку товару. Згідно інвентаризації на доходи магазину оприбутковуємо надлишок товару на суму 26,80 грн., шляхом заповнення первинного документа, відображеного в таблиці 2.

Таблиця 2

Оприбуткування товарів № 460 від 15 січня 2024р.

Організація ПП «Капітошка»

Юр. Адреса 4444, Житомирська область, м. Житомир, вул Перемоги 14

Тел. 0444-31-44-31 Код за ЄДРПОУ 12469552. ПІН 123456955876 № свід. 547845689056.

Склад ПП «Капітошка»

№	Товар	Місць		Кількість		Ціна	Сума
1	Рулет з яблуками 250 г упак	1	кг	1	кг	26,80	26,80
		Разом:					26,80

Всього найменувань 1 на суму 26,80

Двадцять шість гривень 80 копійок

Джерело: складено автором

Інвентаризаційна комісія пропонує провести списання недостачі товару на витрати магазину. Розглянемо документ для списання недостачі товару на суму 37,40 грн. в таблиці 3.

Таблиця 3

Списання товарів № 335 від 15 січня 2024р.

Організація ПП «Капітошка»

Юр. Адреса 4444, Житомирська область, м. Житомир, вул Перемоги 14

Тел. 0444-31-44-31 Код за ЄДРПОУ 12469552. ПІН 123456955876 № свід. 547845689056.

Склад ПП «Капітошка»

№	Артикул	Нова ціна	Товар	К-сть	Од.	Стара ціна	Ціна	Сума продажу
1			Рулет з маком 350 г упак	1	шт		37,40	37,40
							Всього	37,40

Усього прийнято 1 найменувань на суму 37,40 грн

Тридцять сім гривень 40 копійок

Джерело: складено автором

Як свідчить практика, торговельні підприємства використовують різні бухгалтерські первинні документи для оприбуткування надлишків та списання недостач товару. Це є свідченням використання різних комп'ютерних програм працівниками бухгалтерії.

Завдяки ретельному документуванню інвентаризації товарів магазин має своєчасну та достовірну інформацію про наявність товарних запасів. Це дозволяє менеджерам, товарознавцям приймати обґрунтовані управлінські рішення, базуючись на перевірених інформації про стан майна.

Список використаних джерел

1. Сук Л.К., Сук П.Л. Фінансовий облік : навч. посіб. Київ: Знання, 2015. 647 с.

УДК 657.6

ОСОБЛИВОСТІ КАЛЬКУЛЮВАННЯ ВАРТОСТІ СТРАВ В ЇДАЛЬНІ ШКОЛИ ІМЕНІ Т.Г. ШЕВЧЕНКА

Євдокія Мельниченко,

protasov.v@ukr.net

ВСП «Житомирський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ»,

м. Житомир, Україна

Науковий керівник: викладач Володимир Протасов

В роботі бухгалтера, що опікується обліком витрат на харчування учнів школи, щільне місце посідає документальне оформлення руху продуктів. Кожен навчальний заклад має забезпечити учнів якісним та збалансованим харчуванням, яке сприяє фізичному розвитку, відповідає віковим особливостям дітей.

Метою роботи є визначення вартості страв та заповнення первинної документації на видачу продуктів харчування в закладі загальної середньої освіти.

Особливу увагу під час організації харчування учнів необхідно приділяти зниженню кількості спожитого цукру, розподілу білків, жирів та вуглеводів, які мають містити страви, пропоновані школярам упродовж дня. Енергетична та поживна цінність їжі (вміст макро- і мікронутрієнтів) у закладах дошкільної, загальної середньої освіти та інших закладах освіти, що провадять освітню діяльність на певному рівні (рівнях) повної загальної середньої освіти, дитячих закладах оздоровлення та відпочинку (далі - заклади) повинна відповідати загальним віковим потребам здобувачів освіти/дітей згідно з нормами фізіологічних потреб в основних харчових речовинах та енергії, визначеними МОЗ [1].

Для прикладу наведемо розрахунок вартості страв з денного меню, складеного на певний день. Розглянемо особливості складання меню даної школи в таблиці 1.

Таблиця 1

МЕНЮ _____

назва школи

дата 15 січня 202 р. _____

Меню	Норма, г	К-ть порцій	Ціна, грн.	Сума, грн.
Салат з свіжої моркви та імбиром	100	138	3,29	454,02
Омлет пухкий з орегано	50	138	7,53	1039,14
Сочевиця (відвернена) зі спеціями (кориця, аніс)	120	138	6,45	890,1
Какао з молоком	210	138	9,82	1355,16
Хліб цільнозерновий	30	138	1,39	191,82
Банани свіжі	100	138	6,60	910,8
Всього			35,08	4 841,04

Джерело: складено автором

Проведемо розрахунок вартості кожної страви, що вказана в меню, використовуючи норми витрат продуктів на одну порцію та ціни. В даному закладі освіти навчається мало учнів, тому для всіх учнів вага страви однакова. При великій кількості учнів для кожної вікової категорії є своя вага страви, тому розрахунок вартості страв дещо ускладнюється. Також особливістю даного закладу освіти є відсутність групи продовженого дня. За її наявності необхідно проводити відповідні обчислення та складати первинну документацію для страв, призначених для таких груп учнів. Для меню нашого навчального закладу проводимо наступні розрахунки вартостей страв.

Салат з свіжої моркви та імбиром = морква + імбир + сіль + олія = (0,131 кг (норма/порцію)*20,00 грн/кг) + (0,0005 кг (норма на порцію)*966,67 грн/кг) + (0,0003кг

Тематичний напрям 4. Фінансово-аналітичне та обліково-контролююче забезпечення суб'єктів господарювання: сучасний стан, проблеми та шляхи удосконалення

(норма на порцію)*20,00 грн/кг) + (0,003 кг (норма на порцію)*59,78 грн/кг) = 2,62+0,48+0,01+0,18 = 3,29грн.

Омлет пухкий з орегано = яйця + орегано + молоко + борошно + сіль = (1 шт (норма/порцію)*6,70 грн/шт) + (0,003 кг (норма/порцію)*1375,00 грн/кг) + (0,0075 кг (норма/порцію)*42,22 грн/кг) + (0,005 кг (норма/порцію)*18,00 грн/кг) + (0,0002 кг (норма/порцію)*20,00 грн/кг) = 6,70+0,41+0,32+ 0,09+0,01 = 7,53 грн

Сочевиця (відварена) зі спеціями (кориця, аніс) =сочевиця чер.+ вода+ сіль+ масло верш.+ аніс+ кориця мелена= (0,0582 кг (норма/порцію)*80,00 грн/кг) + (0,06 л (норма/порцію)*0,00 грн/л) + (0,0004 кг (норма/порцію)*20,00 грн/кг) + (0,0024 кг (норма/порцію) *323,00 грн/кг) + (0,0004 кг (норма/порцію)*1813,00 грн/кг) + (0,0004 кг (норма/порцію) *666,67 грн/кг) = 4,66+0+0,01+0,78+ 0,73+0,27= 6,45 грн

Какао з молоком = молоко + какао + вода = (0,1995 кг (норма/порцію)*42,22 грн/кг) + (0,0036 кг (норма/порцію)*390,00 грн/кг) + (0,069 л (норма/порцію) *0,00 грн/л) = 8,42+1,40+0 =9,82 грн

Хліб цілнзерновий = 0,03 кг (норма/порцію)*46,36 грн/кг = 1,39 грн

Банан = 0,0835 кг (норма/порцію)*79,00 грн/кг = 6,60 грн.

Розглянемо приклад складання меню-вимоги на видачу продуктів харчування для даного закладу освіти. Особливістю таблиці є те, що загальна вартість страви співвідноситься з ціною продукту, необхідного для приготування страви. При заповненні документа, поряд з назвою страви вказана її вартість. Меню-вимога на видачу продуктів харчування використовується для визначення загальної кількості та вартості продуктів, необхідних для приготування страв на день. Як свідчить практика, в закладах освіти застосовуються різні форми меню-вимоги, що пояснюється, в першу чергу, різними бухгалтерськими програмами для автоматизації обліку. Зразок меню-вимоги на видачу продуктів харчування наведено в таблиці 2.

Таблиця 2
ЗАТВЕРДЖУЮ

(підпис керівника підприємства)
_____ 20 р.

МЕНЮ – ВИМОГА НА ВИДАЧУ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ
“15” січня 202 р.

МЕНЮ	К-ть порцій	Найменування та кількість продуктів харчування, що підлягають закладці, г								
		Сіль	Молоко 2,5%	Морква	Імбир	Борошно	Олія	Яйця	Орегано	Хліб
Салат з моркви 3-29	138	0,3		131	0,5		3			
Омлет 7-53	138	0,2	7,5			5		1шт (37г)	0,3	
Хліб 1-39	138									30
Разом на 1 чол, г		0,5	7,5	131	0,5	5	58,2	37	0,3	30
Всього, кг		0,07	1,04	18,08	0,07	0,7	8,03	5,11	0,04	4,14
Ціна:		20	42,22	20	966,67	18	59,78	6,70	1375	46,36
Сума		1,4	43,91	361,6	67,67	12,6	480,03	34,24	55	191,93

Тематичний напрям 4. Фінансово-аналітичне та обліково-контролююче забезпечення суб'єктів господарювання: сучасний стан, проблеми та шляхи удосконалення

МЕНЮ	К-ть порцій	Найменування та кількість продуктів харчування, що підлягають заклад, г									
		Сочевия	Вода	Сіль	Масло	Аніс	Кориця мел.	Молоко	Какао	Банан	Всього
Сочевиц 6-45	138	58,2	60	0,4	2,4	0,4	0,4				
Какао 9-82	138		6,9					199,5	3,6		
Банан 6-60	138									83,5	
Разом на 1 чол, г		58,2	66,9	0,4	2,4	0,4	0,4	199,5	3,6	83,5	
Всього, кг		8,03	9,23	0,06	0,33	0,06	0,06	27,53	10,16	11,52	
Ціна :		80	0	20	323	1814	666,67	42,22	390	79	
Сума:		642,4	0	1,2	106,59	108,84	40	1662,32	3962,4	910,08	8182,2

Джерело: складено автором

Згідно показників меню-вимоги за день загальна вартість продуктів, витрачених на приготування страв, одержана шляхом додавання відповідних сум, становить 8182,20 грн.

В кінці місяця для визначення кількості та вартості витрачених продуктів складаємо зведену відомість витрат продуктів, використовуючи меню-вимоги за кожен день. Показники зведеної відомості використовуються при списанні витрачених продуктів по закладу освіти за місяць. Зразок зведеної відомості наведено в таблиці 3.

Таблиця 3
ЗАТВЕРДЖУЮ

_____ 202 р.

Зведена відомість витрат продуктів за січень 202__ р.

№	Найменування	Од.	05.01	15.01	Всього	Ціна, грн/кг	Сума, грн
1	Банани	кг	7,91	11,52			
2	Борошно	кг	0,62	0,69			
3	Імбир сухий	кг	0,06	0,07			
4	Какао порош.	кг	0,50	0,50			
5	Кориця мелена	кг	0,05	0,06			
6	Аніс	кг	0,05	0,06			
7	Масло верш.	кг	0,29	0,33			
8	Молоко 25%	кг	24,55	28,57			
9	Морква	кг	15,87	18,08			
10	Олія	кг	0,50	0,41			
11	Орегано суш.	кг	0,04	0,04			
12	Сіль харчова	кг	0,12	0,12			
13	Хліб	кг	4,96	4,14			
14	Сочевиця черв.	кг	6,98	8,03			
15	Яйця	кг	4,46	5,11			
	Всього		66,96	77,73			
Кухар _____		Комірник _____					

Джерело: Складено автором

Своєчасне та правильне заповнення первинних документів по руху продуктів сприяє їх збереженню та раціональному використанню. Це є свідченням професійної роботи працівників, причетних до харчування учнів.

Список використаних джерел

1. Про затвердження норм та порядку організації харчування у закладах освіти та дитячих закладах оздоровлення та відпочинку: Постанова КМУ від 24.03.2021 № 305. Дата оновлення: 06.06.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/305-2021-%D0%BF#Text>.

УДК 657.6

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ РУХУ ТОВАРІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

Альона Мойсєєнко

moiseenkoaliona30011003@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: спеціаліст вищої категорії Юлія Кулик

У умовах жорсткої конкуренції виробники товарів і торговельні підприємства повинні постійно вдосконалювати ефективний рух продукції, щоб задовольняти зростаючі потреби споживачів у різноманітних товарах та послугах. Грамотно організований та безперебійний ланцюжок постачання від виробника до споживача з урахуванням потрібної кількості, широкого асортименту та високої якості продукції при мінімальних витратах на працю, матеріальні ресурси та час надає підприємствам суттєві конкурентні переваги та дозволяє оптимізувати рівень витрат для збільшення прибутковості.

На сучасному етапі розвитку бухгалтерський облік набуває величезного значення для ефективного управління активами підприємства, особливо у сфері торгівлі, яка є однією з найпоширеніших форм бізнесу. Можна стверджувати, що будь-що, що може бути обмінено, вважається товаром. Підприємства різних форм власності можуть здійснювати комерційну діяльність, якщо вони мають відповідні ліцензії для цього. Така діяльність, спрямована на купівлю та продаж товарів з метою отримання прибутку, є основною метою для юридичних та фізичних осіб. Бухгалтерський облік товарів у оптовій торгівлі надає інформацію, яка використовується для прийняття правильних управлінських рішень, зокрема щодо оптимального рівня товарних запасів, отримання прибутку та забезпечення необхідної кількості товарів для продажу [1, с.113].

Оптова торгівля - це вид комерційної діяльності, яка включає придбання та реалізацію товарів великими роздрібним торговим підприємствам та іншим суб'єктам підприємницької діяльності. Підприємства оптової торгівлі займають проміжне положення між виробниками та роздрібною торгівлею, маючи за мету забезпечення переміщення товарів від виробника до кінцевого споживача. Основні завдання оптових підприємств включають постачання оптимальних партій товарів покупцям з метою зниження витрат на логістику та транспортування, а також своєчасне постачання необхідних типів та обсягів товарів, забезпечення відомостями про стан фінансових відносин з постачальниками і покупцями, про оборот товарів; постачання товарів за вигідними цінами; формування широкого асортименту, відповідного умовам роздрібних підприємств; надання підприємствам необхідної кількості товарів; проведення маркетингових досліджень для виробників товарів і роздрібних торговельних підприємств; надання інформаційної підтримки. На сьогоднішній день оптова торгівля стає все більш популярним методом постачання товарів роздрібним торговим точкам та іншим підприємствам в економіці.

Бухгалтерський облік у торгівлі відрізняється від інших видів обліку через свої особливості. Для торговельної компанії ведення обліку товарів і товарних операцій є необхідним для отримання достовірної інформації про наявність та рух товарів на складі, контролю заборгованості перед постачальниками (кредиторську) та перед покупцями (дебіторську), оцінки роботи співробітників, контролю виручки та рентабельності підприємства. Проведення інвентаризації дозволяє перевірити наявність товарів на складі, а також виявити залишки або нестачі товарної продукції. Надходження товарів на підприємство може відбуватися кількома шляхами: придбання за грошові кошти, внесок до статутного капіталу, безоплатне одержання або обмін на подібний актив. Субрахунок 281 «Товари на складі» є активом у балансі та входить до класу 2 «Запаси», використовується торговельними, збутовими та заготівельними промисловими підприємствами та організаціями, що проводять товарні операції[2]. У торгівлі, на відміну від виробництва, не має місця виробництво товарів та послуг, що не мають кількісних ознак. Також, у торгівлі відсутній процес визначення виробничої собівартості, прямих та непрямих витрат, обліку готової продукції та інших аспектів, які характерні для виробництва. У зв'язку з великою кількістю товарів, бухгалтерський облік роздрібної торгівлі проводиться виключно в грошовому еквіваленті за цінами продажу. Для товарів, що потребують особливого контролю, ведеться кількісно-вартісний облік. У сфері оптової торгівлі застосовується груповий облік товарів з використанням розрахункового методу на основі бухгалтерських документів та оперативних даних. У роздрібній торгівлі окремо облікують різницю між вартістю закупівель та продажів товарів для обчислення доходів і результатів діяльності. Витрати підприємств торгівлі відносяться до витрат обігу, які не включаються до вартості товарів, і обліковуються як адміністративні, витрати на збут і фінансові витрати. Завдяки плану рахунків можна відстежити прибуток або збиток, облік товарів та їх продаж, а також фінансові результати.

Основними недоліками функціонування оптової мережі є: оптові компанії мають значні товарні обсяги, що може ускладнити контроль за їх рухом та оцінку запасів, вони здійснюють велику кількість операцій купівлі-продажу, яка потребує ефективних систем обліку для точного відображення цих транзакцій, і через роботу із значними обсягами товарів потребується наявність систем контролю якості для забезпечення відповідності стандартам та запобігання збиткам від дефектів або непридатності товарів.

Основні шляхи подолання недоліків функціонування оптової мережі[3, с.183]:

- 1) використання спеціалізованих програмних продуктів допоможе вести облік запасів, точно відслідковувати переміщення товарів, оцінювати наявні запаси та прогнозувати попит;
- 2) автоматизовані системи обліку, автоматичне поповнення запасів та автоматизовані звіти спростять процес обліку та знизять ризик помилок;
- 3) підвищення кваліфікації персоналу сприятиме ефективному використанню наявних інструментів;
- 4) стратегічне планування дозволить зменшити ризики витрат або недостатнього запасу товарів.

Правильно організований облік товарів є важливим для ефективності роботи підприємства та вчасного і повного виконання податкових зобов'язань перед бюджетом. Щоб ефективно організувати облік товарів, необхідно:

- встановити систему документообігу і створити чіткий порядок оформлення операцій, які стосуються руху матеріальних цінностей;
- регулярно проводити інвентаризації та вибіркові перевірки наявності товарів і вчасно внести результати цих процедур до бухгалтерського обліку;
- дотримуватись встановлених норм та правил щодо організації зберігання товарно-матеріальних цінностей;
- використовувати засоби механізації та автоматизації обліково-обчислювальних процедур з використанням програм для складського обліку.

Тож, для ефективного обліку товарів на підприємствах оптової торгівлі необхідно мати чітку та стабільно функціонуючу систему обліку товарів, що включає в себе точне визначення залишків, облік руху товарів, проведення інвентаризацій, контроль за термінами придатності товарів, а також керування запасами. У зв'язку з великим обсягом торгівлі та значною кількістю операцій, облік товарів на підприємствах оптової торгівлі є складним та потребує відповідної системи та дисципліни ведення обліку для забезпечення ефективного управління запасами та прибутковістю бізнесу.

Список використаних джерел

1. Пашинний А.В., Пристемський О.С. Основні аспекти обліково аналітичного забезпечення діяльності торговельних підприємств. *Наукові читання професора Григорія Герасимовича Кірейцева (до 90-річчя від дня народження)*. Збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної онлайн-конференції. Київ: НУБіП України, 2022.
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. № 996. XIV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14>
3. Пристемський О. С. Організаційно-правові засади бухгалтерського обліку на підприємствах торгівлі. *Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю* : матеріали IV Міжнар. наук. практ. конф. Полтава: ПДАУ, 2022.

УДК 330.04

КОРЕЛЯЦІЙНО-РЕГРЕСІЙНИЙ АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ

Вікторія Пашковська
vikapashkovska2004@gmail.com,
Хмельницький національний університет, м. Хмельницький, Україна
Науковий керівник: канд. екон. наук, доцент Оксана Проскурович

За сучасних умов господарювання вкрай важливим є оцінювання стану розвитку суб'єкта підприємництва за його прибутковістю. Це забезпечить надійне отримання доходу, виявлення факторів, що сприяють ефективному господарюванню та покращенню його результативності. Динамізм економічного середовища вимагає зваженого управління усіма процесами господарювання. Вагомим при цьому є оцінювання рівня та пошук шляхів підвищення фінансового результату задля покращення умов функціонування, конкурентного статусу та економічної безпеки підприємства.

Фінансовий результат є основним показником, який забезпечує безпечний розвиток суб'єкта господарювання. На його основі підприємство може здійснювати відтворювальні процеси, вести активну фінансово-господарську діяльність, успішно конкурувати на ринку.

Дослідженню процесу формування фінансових результатів приділяли увагу багато вчених. Однак, зважаючи на багатогранність цієї категорії та специфічність її формування на молокопереробному підприємстві вважаємо за потрібне поглибити ці дослідження з точки зору застосування кореляційно-регресійного аналізу для прогнозування фінансових результатів.

Традиційно, позитивне значення фінансового результату вказує на наявність прибутку. На його основі здійснюється розвиток господарської діяльності будь-якого суб'єкта підприємництва. Одночасно створюються резервні фонди та фонди економічного стимулювання. Фінансовий результат є визначальним у оцінці рівня конкурентоспроможності, платоспроможності, фінансової стійкості та ділової активності, результативності та прибутковості діяльності суб'єкта господарювання. За його допомогою

встановлюють подальші можливості та перспективи економічного розвитку суб'єкта підприємництва [1]. Саме тому, дослідження сутності категорії «фінансовий результат» у взаємодії з іншими економічними показниками являють неабияку наукову та практичну вагомість. Це дозволить встановити вплив фінансового результату на рівень результативності господарської діяльності та динамізм економічного зростання та розвитку суб'єкта підприємництва.

Загальним показником, що характеризує кінцеві результати діяльності будь-якого суб'єкта підприємництва є чистий прибуток. За допомогою кореляційно-регресійного аналізу відберемо найбільш впливові фактори зміни чистого прибутку молокопереробного підприємства. На рис. 1 подано динаміку його чистого прибутку з 2006 р. по 2022 р..

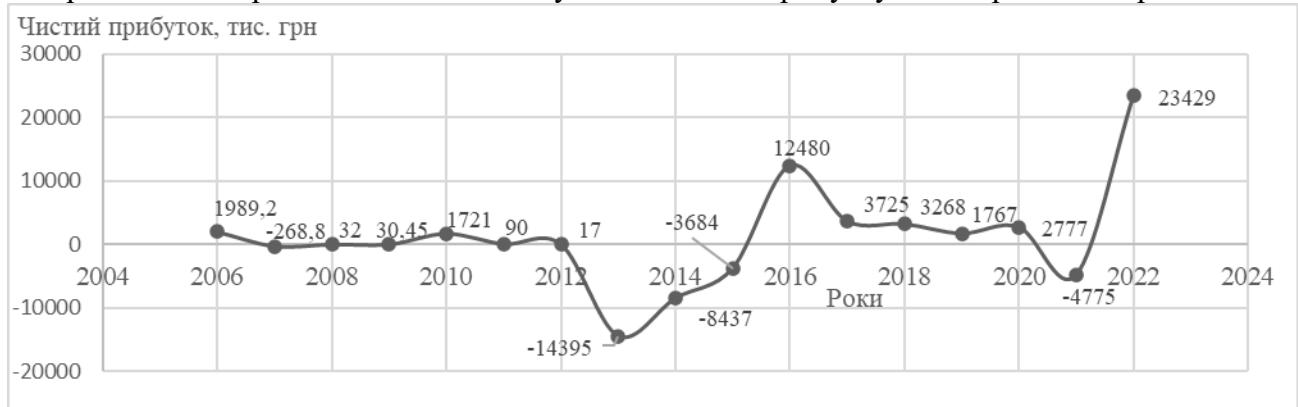


Рис. 1. Динаміка чистого прибутку молокопереробного підприємства

Наочне зображення тенденції зміни чистого прибутку молокопереробного підприємства доводить існуюче коливання його розміру протягом аналізованого періоду. Підприємство отримало збиток у 2007 р., 2013 р., 2014 р., 2015 р. та 2021 р. Проблемними на молокопереробному підприємстві були періоди з 2010 р. по 2012 р., з 2016 р. по 2019 р. У ці роки розмір чистого прибутку поступово скорочувався, іноді досить великими темпами. Позитивним моментом слід визнати максимальне значення чистого прибутку у 2022 р., яке становить 23429 тис. грн. Тому засобами кореляційно-регресійного аналізу було відібрано декілька факторів, які найбільше впливають на зміну його розміру.

Зокрема, за допомогою кореляційної матриці встановлено суттєвий вплив на зміну чистого прибутку: інших операційних доходів (0,7100); зобов'язань підприємства (0,5382); витрат на збут (0,5314) та рентабельності активів (0,4775). Тому, саме їх і включимо до подальшого дослідження.

Нами побудовано чотирьох факторну економетричну модель зміни чистого прибутку молокопереробного підприємства:

$$Y_p = 0,16x_1 - 0,01x_2 + 0,27x_3 + 547,59x_4 - 6483, \quad (1)$$

де x_1 – інші операційні доходи, тис. грн;

x_2 – зобов'язання підприємства, тис. грн;

x_3 – витрати на збут, тис. грн;

x_4 – рентабельності активів, %.

За побудованою моделлю (1) найбільший вплив на зміну чистого прибутку молокопереробного підприємства здійснює рентабельність активів. Це доводить значення параметра моделі (547,59). Воно показує, що за зростання рентабельності активів на 1 % чистий прибуток підприємства зростає на 547,59 тис. грн. Позитивний вплив також здійснюють інші операційні доходи та витрати на збут. За їх зростання лише на 1 % розмір чистого прибутку збільшиться на 160 грн та 270 грн відповідно. Напрочуд, зобов'язання підприємства здійснюють обернений вплив: за їх скорочення на 1 % чистий прибуток зростає лише на 10 грн.

Чотирьох факторна модель (1) має високе значення коефіцієнта детермінації (0,7905).

Тематичний напрям 4. Фінансово-аналітичне та обліково-контролююче забезпечення суб'єктів господарювання: сучасний стан, проблеми та шляхи удосконалення

Воно вказує на те, що на 79,05 % відібрані чотири фактори впливають на зміну чистого прибутку молокопереробного підприємства і 21 % припадає на дію факторів, які не включені у цю модель. Отже, модель (1) слід вважати адекватною за високого значення коефіцієнта детермінації, оскільки його абсолютне значення більше за 0,75. Для визначення адекватності економетричної моделі традиційно застосовують критерій Фішера. Оскільки його розрахункове значення (11,32) більше за табличне (3,26), то чотирьох факторна модель (1) є адекватною. Відповідно за нею можна здійснювати прогнозування чистого прибутку молокопереробного підприємства.

Достовірність параметрів чотирьох факторної моделі (1) оцінено за критерієм Ст'юдента. Якщо розрахункові значення цього критерію перевищують його табличне значення (2,18), то такі параметри достовірні. За нашими підрахунками достовірними є параметри a_0 та a_4 при початковій межі моделі та четвертій змінній моделі – рентабельності активів. Їх розрахункові значення (2,65 та 3,71) перевищують табличне значення критерію Ст'юдента.

Наглядне відображення, динаміки чистого прибутку молокопереробного підприємства за моделлю (1), зображено на рис. 2.

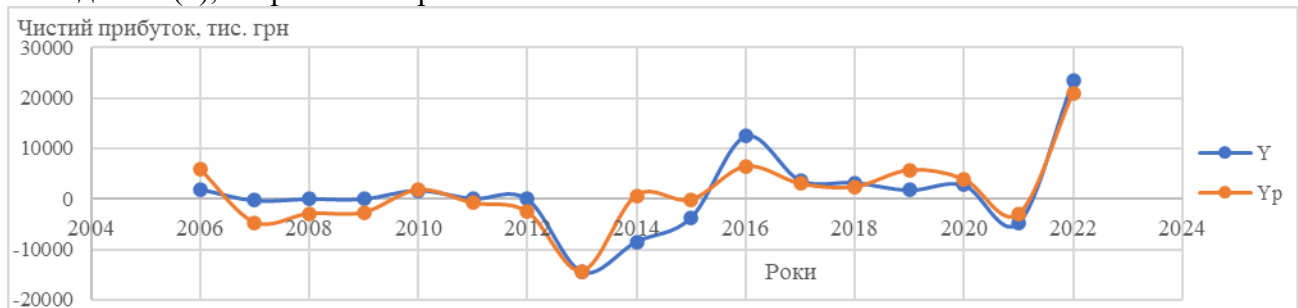


Рис. 2. Зміна фактичного та змодельованого розміру чистого прибутку за моделлю (1)

Зважаючи на адекватність побудованої моделі (1), на її основі слід здійснити прогнозування чистого прибутку на майбутніх три роки. Однак, спочатку варто визначити прогнозні значення чотирьох факторів, які впливають на зміну чистого прибутку. При цьому, було здійснено припущення про зміну їх значення лише на 1 %. Зокрема, інші операційні доходи та рентабельність активів було вирішено збільшити, а розмір зобов'язань підприємства та витрат на збут навпаки зменшити. В результаті прогнозні значення факторів (змінених на 1 %) і результативного показника узагальнимо у табл. 1.

Таблиця 1

Звітні та прогнозні значення чистого прибутку та факторів, що на нього впливають за моделлю (1)

Показники	Фактичні дані	Прогнозні дані			
	2022 р.	2023 р.	2024 р.	2025 р.	
Інші операційні доходи	158289	159872	161471	163085	
Зобов'язання підприємства	1012931	1002802	992774	982846	
Витрати на збут	49653	49156	48665	48178	
Рентабельність активів	2,62	2,64	2,67	2,69	
Чистий прибуток	23429	-	-	-	
за моделлю (1)	21 025	21 278	21 533	21 792	

Отже, за даними табл.1 змодельовані значення чистого прибутку мають дещо нижчий рівень за фактичний. Це вказує на те, що насправді на молокопереробному підприємстві крім відібраних факторів впливали і інші економічні чинники. Одночасно слід відмітити, що за зростання розміру інших операційних доходів та рентабельність активів і скорочення обсягів зобов'язань підприємства та витрат на збут чистий прибуток молокопереробного підприємства в перспективі буде зростати з року в рік за побудованою моделлю (1) на 253 тис. грн у 2023 р., на 255 тис. грн у 2024 р. та на 259 тис. грн у 2025 р. щодо попереднього.

Прогнозування зміни чистого прибутку у найближчих три роки доводить більш менш стійку тенденцію до його зростання на молокопереробному підприємстві. Зрозуміло, що за сучасних умов господарювання, посилення фінансової кризи та військової агресії не можливо отримувати досить високі темпи його зростання. В кінцевому підсумку, за побудованою моделлю (1) молокопереробне підприємство спроможне працювати з прибутком. Однак, залежно від обраної стратегії, від тих умов, в яких функціонує підприємство варто обрати той варіант, який буде найбільше задовольняти акціонерів та власників підприємства.

Список використаних джерел

1. Проскурович О. В., Бойчук В. А. Комп'ютерні технології економічного аналізу: навч. Посібник. Львів: «Новий Світ-2000», 2012. 310 с.

УДК 657.01

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Марія Панченко

Mashapancenko510@gmail.com

Аліна Воронай

0685077151v@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: спеціаліст вищої категорії Юлія Кулик

Готельний бізнес є сферою діяльності, яка є необхідною основою для розвитку туризму. Розширення внутрішнього та зовнішнього туризму в значній мірі залежить від розвитку матеріально-технічної бази туристичних підприємств, різноманітності та розгалуженості їхньої мережі, а також якості і обсягу послуг, які пропонує готельний сектор. Готельні заклади виконують одну з ключових функцій у галузі обслуговування туристів, забезпечуючи їх комфортним житлом та різноманітними послугами під час подорожей, відпочинку та інших подій. Успішний розвиток внутрішнього та міжнародного туризму великою мірою залежить від розвитку і підтримки готельної індустрії, її інфраструктури та рівня сервісу [1].

Готельний сектор в Україні залишається відносно стабільним. Зосередження уваги на безпеці та якості обслуговування сприяє подальшому розвитку готельного бізнесу навіть у складних умовах, що сприяє економіці. Незважаючи на повномасштабну війну, яка суттєво впливає на всі сфери життя країни, готельний сегмент надзвичайно продовжує свій розвиток. Зауважується збільшення кількості туристів, які обирають українські готелі. Спочатку готельна індустрія України була на відносно невисокому рівні у порівнянні з глобальною тенденцією стійкого росту, процвітання та розвитку цього сектору. Також слід зазначити, що готельний фонд країни не відповідає міжнародним стандартам. В українських готелях високого класу, які введені в експлуатацію за участю зарубіжних компаній, було значно скорочено дефіцит преміального житла для вибагливого клієнта. Ці готелі мають вартість проживання, порівняну з найбільшими столицями світу. При цьому наповненість дрібних готелів становить 95-100%, а прибутковість бізнесу досягає 30-40%. Завдяки стабільному попиту на такі послуги, низькій конкуренції у цьому сегменті та помірним витратам на будівництво, можна стверджувати, що малі готелі в Україні є дуже перспективними для інвесторів. Іншим привабливим сегментом для інвестування є «придорожні» готелі (кемпінги, мотелі), готелі-санаторії та інші подібні заклади [6].

Бухгалтерський облік у готельному бізнесі, як і на інших українських підприємствах,

проводиться постійно від реєстрації підприємства до його ліквідації. Організація обліку ґрунтується на основних принципах бухгалтерського обліку. Правові аспекти регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності закріплені у Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [5]. Основною метою організації бухгалтерського обліку в готельному бізнесі, так само як і для будь-якого іншого бізнесу, є створення системи збору інформації, яка забезпечить ефективне управління підприємством та збільшення прибутку від його господарської діяльності. Питання організації бухгалтерського обліку у готельному бізнесі вирішує власник або уповноважений орган (посадова особа) відповідно до вимог законодавства та установчих документів. Компанія самостійно встановлює облікову політику, створює форму бухгалтерського обліку, затверджує правила документообігу та технологію обробки облікової інформації, визначає додаткову систему обліку і реєстрів для аналітичного обліку, а також визначає об'єкти та регулярність проведення інвентаризації активів та зобов'язань.

Завданням готелів є надання послуг, тому витрати мають бути розраховані відповідно до норм НП(С)БО 16 «Витрати», а доходи - відповідно до вимог НП(С)БО 15 «Доходи». Вартість послуг, які надає готель, фіксується на рахунку 23 «Виробництво», при потребі створюються аналітичні рахунки для кожного виду послуг. Наприклад, аналітичний рахунок 231 відображає вартість послуг зберігання речей у камері схову, 232 - прання речей, 233 - прасування і т.д. Тож, на кінець звітного періоду витрати на вартість послуг, накопичені на рахунку 23, списуються на підрахунок 903 «Собівартість реалізованих робіт і послуг», в той час як інші витрати відображаються на рахунках 91 «Загальновиробничі витрати», 92 «Адміністративні витрати», 93 «Витрати на збут» і 94 «Інші витрати операційної діяльності» [3].

Досліджуючи фінансове та аналітичне забезпечення у готельному бізнесі, можна виділити кілька основних завдань, які охоплює цей механізм[2]:

1) аналіз фінансового стану підприємства для запобігання потенційним фінансовим ризикам; 2) оцінка економічної безпеки власного підприємства, надійності потенційних партнерів; 3) визначення стратегії на ринку відносно конкуренції; 4) збереження та збільшення ресурсів підприємства, їх раціональне використання; 5) ухвалення управлінських рішень з урахуванням виявлених загроз; 6) сприяння гармонізації інтересів підприємства в цілому та його працівників для мінімізації внутрішніх загроз і т.д.

Для розробки конкретних рекомендацій з покращення обліково-аналітичного забезпечення готелів необхідно провести аналіз поточного стану обліку, аудиту та аналізу з метою його вдосконалення; забезпечити постійний процес формування та обґрунтування управлінських рішень щодо фінансово-господарської діяльності підприємства та впровадження запропонованих заходів, спрямованих на підвищення ефективності господарювання. Для отримання більш детальної інформації з обліку потрібно поступово впроваджувати елементи управлінського обліку в рамках обліково-аналітичної діяльності підприємства відповідно до міжнародних стандартів та перевіреного досвіду сучасних підходів до формування фінансових показників [4]. Успішним може стати готельний бізнес, який ретельно виконує облікову політику. Для дослідження процесу формування облікової політики в готельних підприємствах необхідно провести більш детальний аналіз. Індивідуальні правила та принципи обліку готельних підприємств слід максимально узгодити з міжнародними стандартами та національними нормативними документами, що визначають особливості їх створення.

Отже, розвиток обліково-аналітичної підтримки для готельного господарства включає в себе кілька етапів, які враховують специфіку діяльності підприємства, ефективність підходів до створення обліково-аналітичної підтримки, а також використання передових методик. Тому можна зазначити, що головним завданням обліково-аналітичної підтримки готельних підприємств є пристосування до вимог ринку, оцінка фінансового стану та забезпечення економічної безпеки. Підприємства готельного бізнесу активно впроваджують

інноваційні технології в свою виробничу, облікову, сервісну та управлінську діяльність. Це охоплює використання автоматизованих систем управління для обліку і аналізу, розробку новаторських стратегій розвитку, моделей взаємодії з персоналом та клієнтами й інше. Якісне обліково-аналітичне забезпечення готелів підтримує їх стабільність, розвиток і допомагає подолати виклики, сприяючи отриманню ефективних фінансових результатів та зберіганню доходів.

Список використаних джерел

1. Баженова С., Пологовська Ю., Канцур І. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. Економіка та суспільство. 2022. № 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1280>
2. Загальні вимоги до фінансової звітності : Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1: Наказ Міністерства фінансів України від 07 лют. 2013 р. № 73/Міністерство фінансів України. URL: <http://zakon6.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>
3. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку, активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: Наказ МФУ: станом на 31 трав. 2011 р. № 664/Міністерство фінансів України. Київ: Урядове вид-во, 1999. № 291. URL: <http://www.nibu.factor.ua/ukr/info/instrbuh/instr291/>
4. Олійник Т. Ю. Обліково-аналітичне управління фінансово-економічною безпекою готелів. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2015. Вип. 3 (33). С. 210
5. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України: станом від 17.07.2011 № 3614-VI Київ, 1999. № 996-XIV. URL: <http://zakon6.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
6. Поворознюк І. Управління якістю послуг на підприємствах індустрії готинності під час кризи. Економіка та суспільство. 2022. № 42. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1656>

УДК 657.37:685.15]:004

ЕФЕКТИВНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ АНАЛІЗУ ПРИ УПРАВЛІННІ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ І ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Антоніна Поліщук

antoninapolischuk@ukr.net

*Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна
Науковий керівник: к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки,
управління та адміністрування Алла Ткаченко*

Організація в управлінні грошовими потоками є ключовою складовою успішного фінансового планування та прийняття стратегічних управлінських рішень. У зв'язку із затяжними деструктивними факторами такими як COVID-19 та війна, підприємства мають адаптувати свої стратегії управління в організації та проведення аналізу грошових потоків для виживання, стабілізації та розвитку в майбутньому.

Ефективність здійснення організації аналізу грошових потоків в управлінні на підприємстві є надзвичайно актуальною темою у сучасному світовому бізнес-середовищі. Зростаюча конкуренція змушує підприємства шукати ефективніші методи управління для забезпечення стабільності та конкурентоспроможності, а ретельний аналіз грошових потоків допомагає виявити ефективні та неефективні аспекти фінансової діяльності.

Питання ефективності управління в організації та аналізу грошових потоків досліджували такі вчені, як: Т. Мулик [1], Я. І. Драчук [2], К. Р. Шашкевич [3], а також: В. В. Мешко, Н. Налукова, Г.О. Роганова. Т. Мулик вивчав фактори, що впливають на ефективність управління, зокрема роль лідерства та досліджуваних комунікацій у формуванні успішної команди. Я. І. Драчук зосередився на впливі корпоративного управління на ефективність підприємства, а К. Р. Шашкевич досліджував методи та підходи до аналізу грошових потоків та прогнозування фінансових результатів на суб'єкті господарювання.

Грошовий потік - це форма фактичних коштів, які надходять у розпорядження організації і витрачаються цією ж організацією, тобто є сумою чистий прибуток і амортизація [4, с. 21]. Готівка в касі визначає злітно-посадкову смугу компанії: чим більше готівки в касі та нижчий рівень спалювання готівки, тим більше простору для маневру має бізнес і, як правило, вища його вартість.

Грошовий потік показує фактичний обсяг внутрішнього фінансування. За його допомогою підприємство може визначити свої поточні та майбутні потреби в капіталі.

Основою будь-якого грошового потоку є гроші. Гроші стосуються будь-яких перевірених записів, які приймаються як засіб обміну для оплати товарів і послуг і погашення боргів. Цінність грошей не обов'язково залежить від матеріалів, які використовуються для їх виробництва, а від готовності споживачів погодитися на відображену вартість і погодитися використовувати цю вартість у майбутніх операціях. Щоб гроші були прийняті як форма платежу в країні, уряд має оголосити валюту законним платіжним засобом для використання у фінансових операціях.

Основними для підприємства грошовими потоками, які відображаються у фінансовій звітності є операційний, інвестиційний та фінансовий грошові потоки. Операційний грошовий потік – це сума готівки, отримана від регулярної операційної діяльності підприємства протягом певного періоду часу [5]. Операційний грошовий потік починається з чистого прибутку, додає будь-які безготівкові статті та коригує зміни в чистому оборотному капіталі, щоб отримати загальну суму готівки, згенерованої або спожитої за період.

Операційний грошовий потік показує, чи може підприємство генерувати достатній позитивний грошовий потік для підтримки та розвитку своєї діяльності, в іншому випадку йому може знадобитися зовнішнє фінансування для розширення капіталу.

Для ефективності управління грошовими потоками можуть використовуватися такі елементи, як: облік грошових коштів, фінансовий аналіз, планування вхідних і вихідних платежів, прогнозування стратегій використання грошових коштів, прийняття бізнес-рішень для оптимізації потоків і управління раціональним використанням грошових коштів.

Організація в управлінні грошовими потоками на підприємстві включає в себе такі етапи:

- облік грошових коштів;
- фінансовий аналіз;
- планування грошових потоків;
- система контролю за грошовими потоками;
- прийняття управлінських заходів щодо оптимізації грошового потоку;
- прогнозування грошових надходжень та видатків.

Перший етап забезпечує правильну організацію та своєчасне і законне здійснення безготівкових та готівкових розрахунків. Цей етап управління грошовими потоками спрямовує функції та завдання бухгалтерської служби підприємства. Важливим етапом є аналіз грошових потоків, який пов'язаний з виявленням причин, що впливають на збільшення (зменшення) притоку та збільшення (зменшення) відтоку грошових коштів. При управлінні грошовими потоками такий аналіз дозволяє підприємству робити більш обґрунтовані висновки щодо обсягів і джерел надходження грошових коштів та основних

напрямів їх використання. На етапі планування грошових потоків визначаються можливі джерела надходження грошових коштів та напрями їх витрачання.

Другим кроком в організації системи управління є визначення факторів управління. Порівнюючи заплановані фактори з показниками стану досягнутих факторів, можна оцінити узгодженість критеріїв і факторів управління за грошовими потоками.

Третім кроком в організації механізму управління є визначення методів і важелів управлінського впливу на фактори, а також розробка інформаційного та нормативно-правового забезпечення, фінансових методів і фінансових важелів.

Четвертим етапом організації механізму управління грошовими потоками підприємства є визначення набору управлінських ресурсів, необхідних для впливу на відповідні фактори. Під ресурсами управління слід розуміти джерела впливу на фактори управління різної природи: фінансові, матеріальні, соціальні. Управлінські ресурси не можна ігнорувати, оскільки вони формуються в результаті взаємного впливу. У процесі реалізації управлінських стратегій використовуються різні ресурси, деякі з яких є складними комбінаціями інших видів ресурсів [6].

Для проведення якісного економічного аналізу на підприємстві залучаються спеціалісти, які мають досвід та професійні навички у сфері аналітичної роботи. На сьогодні, великі підприємства мають змогу забезпечити наявність у своєму штаті висококваліфікованих та підготовлених для цієї мети фінансових менеджерів, а середні та малі підприємства внаслідок компактності штату не можуть дозволити собі залучити в штат такі трудові ресурси, бо це потребує понесення додаткових витрат.

Одним зі шляхів удосконалення організації при управлінні та аналізу грошовими потоками на підприємстві є впровадження сучасних інформаційних систем, які дозволять швидко збирати, обробляти та аналізувати дані про фінансові операції в режимі реального часу. А застосування методів фінансового аналізу, таких як аналіз бюджету, рентабельності, ліквідності та інші, допоможе зрозуміти ефективність використання ресурсів та виявити можливість оптимізації витрат. Впровадження сучасних фінансових цифрових технологій і застосування програмних рішень дозволить автоматизувати процеси аналізу грошових потоків, знизити ризики помилок та підвищити точність даних.

Розвиток навичок та компетенцій фінансових аналітиків та менеджерів з фінансів також є важливим аспектом удосконалення управління та аналізу грошових потоків, оскільки вони відповідають за обробку та інтерпретацію фінансової інформації на підприємстві [7].

Навчання та підвищення кваліфікації фінансових працівників допоможе забезпечити ефективне управління за грошовими потоками на підприємстві.

Незважаючи на виклики та перешкоди, впровадження цифрових рішень у фінансово-облікове управління має значні переваги. Перш за все, цифрові технології дозволяють забезпечити більш точний та швидкий аналіз фінансової інформації. Це допомагає підприємствам приймати кращі рішення щодо фінансового планування, бюджетування та інвестування. Використання цифрових технологій у фінансовому аналізі має значний вплив на якість та швидкість проведення аналізу. Застосування цифрових інструментів та технологій дозволяє ефективно обробляти та аналізувати великі обсяги фінансових даних, що призводить до отримання більш точних та об'єктивних результатів.[8]

Отже, для ефективної організації при управлінні за грошовими потоками на підприємстві необхідно здійснювати поетапну організацію в плануванні, прогнозуванні стратегії використання грошових потоків. При цьому необхідно вітчизняним підприємствам використовувати цифрові та інформаційні технології.

Список використаних джерел

1. Т. Мулик. Організація аналізу грошових потоків на підприємстві. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1442>

2. Я. І. Драчук. Ефективність управління грошовими потоками підприємства. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5456>
3. К. Р. Шашкевич. Оцінювання ефективності управління грошовими потоками підприємства. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/196301712.pdf>
4. Беляк А. П. Матюха М.М. Організація обліку грошових коштів при використанні інформаційних технологій. Економічні науки. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». № 15(95), 2 т., 2020. с. 20-24
5. Cash Flow Statement: What It Is and Examples. URL: <https://www.investopedia.com/investing/what-is-a-cash-flow-statement/>
6. О. М. Жовна. Організація системи та механізму управління грошовими потоками підприємства. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5042>
7. Т. О. Мулик. Організація аналізу грошових потоків на підприємстві. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1442/1387>
8. Здір В.А., Ткаченко А.А., Бразілій Н. М. Роль цифрових технологій для ефективного фінансово-облікового управління суб'єктів господарювання. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління, (11), 2024.

УДК 336

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ І АНАЛІЗУ РОЗРАХУНКІВ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ І ПІДРЯДНИКАМИ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Яна Потапенко

gorlovaemili@gmail.com

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

Актуальність даної теми полягає у безперервному впливі на ефективність діяльності підприємства. Організація аналізу є ключовим елементом при ефективному управлінні з постачальниками та підрядниками, оскільки дозволяє вчасно виявляти потенційні проблеми, оптимізувати витрати, забезпечувати якість інгредієнтів та послуг, а також знижувати ризики. Облік розрахунків з постачальниками та підрядниками є важливою складовою фінансового управління підприємством і має безпосередній вплив на його фінансовий стан та ефективність управління ресурсами. Облік розрахунків з постачальниками і підрядниками дозволяє підприємству тримати під контролем свої фінансові зобов'язання та забезпечити прозорість у фінансовій звітності.

Стратегічне використання аналітичних інструментів дозволяє підприємствам підвищувати конкурентоспроможність, шляхом ідентифікації найбільш вигідних умов співпраці з постачальниками та підрядниками. Крім того, організація обліку і аналізу дозволяє уникати зайвих витрат, виявляти можливості для оптимізації ланцюга постачання, а також вдосконалювати комунікації з партнерами.

Дослідженню даної проблематики приділило багато науковців таких, як : Н.М. Богацька, І.В. Орлов, В.А. Дерій, Н.Я. Зарудна, Ф.Ф. Бутинець, Я.М. Демченко, Д.Л. Кузьмін, Т.Г. Гапчак, В.Н. Новиков, Г.А. Агєєва, І.В. Ревизюк та інші.

У сучасних деструктивних умовах, коли глобальні та локальні ринки постійно змінюються, організація аналізу розрахунків з постачальниками та підрядниками стає надзвичайно важливою. Це дозволяє підприємствам швидко реагувати на зміни у внутрішньому середовищі, а також на екстернальні фактори, що впливають на їхню діяльність. Такий підхід є ключовим у забезпеченні стабільності та успішності підприємства в умовах постійної конкуренції та нестабільності ринкових умов.

Розрахунки з постачальниками і підрядниками є ключовим компонентом складного механізму функціонування будь-якого підприємства. Для розширення ринку збуту та привернення нових партнерів для реалізації продукції необхідно ефективно керувати кредиторською заборгованістю. Впровадження аналітичних засобів дозволить оптимізувати облік кредиторської заборгованості на підприємстві шляхом контролю за своєчасністю розрахунків за кожною поставкою товарів і матеріалів, що в свою чергу сприятиме підвищенню рівня фінансової дисципліни на підприємстві. [1]

Розрахунки з постачальниками та підрядниками за продукцію, товари, роботи, послуги відносяться до поточних або короткострокових зобов'язань підприємства. Поточні зобов'язання означають ті, які будуть виконані протягом одного операційного циклу підприємства або мають бути погашені протягом року, тобто протягом дванадцяти місяців, починаючи з дати балансу.

Аналіз кредиторської заборгованості має на меті оцінку змін у фінансовій звітності підприємства з метою передбачення можливих кризових ситуацій та ефективного управління оборотними активами. Це необхідно для запобігання можливої неплатоспроможності та банкрутства підприємства. [4]

Для вдосконалення організації обліку і проведення аналізу розрахунків з постачальниками і підрядниками необхідно звернути увагу на наступні аспекти: [3]

1. Автоматизацію процесів: Використання спеціалізованих програмних засобів для збору, аналізу та візуалізації даних може значно полегшити процес оцінки розрахунків з постачальниками і підрядниками, зменшуючи витрати часу та ресурсів.

2. Стандартизацію процедур: Розробка і впровадження стандартів і процедур для аналізу розрахунків допоможе забезпечити єдність підходів та однаковий рівень якості даних, що сприятиме точнішому та об'єктивному аналізу.

3. Залучення кваліфікованих спеціалістів: Фахівці з фінансів, логістики та управління ланцюгом постачання можуть принести цінний внесок у проведення аналізу розрахунків, враховуючи різні аспекти діяльності підприємства та його партнерів.

4. Постійне оновлення і вдосконалення: Сприятливе бізнес-середовище постійно змінюється, тому важливо постійно оновлювати підходи до аналізу розрахунків, враховуючи нові тенденції та вимоги ринку.

5. Розвиток комунікаційних процесів: Ефективна комунікація з постачальниками та підрядниками є ключовою для успішного аналізу розрахунків. Забезпечення відкритого діалогу та обміну інформацією може сприяти вирішенню проблем та досягненню взаємовигідних умов співпраці.

6. Управління оборотними активами та зобов'язаннями: Стежити за співвідношеннями дебіторської та кредиторської заборгованості, оскільки перевищення дебіторської заборгованості над кредиторською несе загрозу фінансовій стійкості підприємства та збільшує необхідність залучення додаткових коштів, а перевищення кредиторської заборгованості над дебіторською може призвести до неплатоспроможності підприємства. [4]

7. Проводити аналіз складу і структури дебіторської і кредиторської заборгованості за кожним постачальником та покупцем, а також щодо термінів можливого погашення заборгованості, що дозволить своєчасно виявляти прострочену заборгованість і вживати заходів щодо її сплати. Дані про терміни погашення заборгованостей мають контролюватися регулярно та оперативно надаватися керівництву підприємства. [4]

Отже, належна організація в обліку і проведення аналізу розрахунків з кредиторами є важливою, оскільки ця заборгованість може негативно вплинути на фінансово-господарську діяльність підприємства. Підвищення ефективності управління кредиторською заборгованістю товарного характеру повинно бути одним з пріоритетів кожного суб'єкта господарювання. Це не лише запобігає стрімкому зростанню зобов'язань та його впливу на економічну безпеку підприємства, але й дозволяє отримати максимальний ефект від використання залучених ресурсів.

Список використаних джерел

1. Мудрик В., Разборська О. Технології обліку, аналізу та аудиту розрахунків з постачальниками, їх вплив на забезпечення безперервності діяльності: *Економічний аналіз*. Вінниця, 2022. Том 32. №3. С. 267-277. (дата звернення: 05.04.2024).
2. Ковальова О.М. Обліково-аналітичні аспекти управління кредиторською заборгованістю у розрізі забезпечення економічного розвитку на мікрорівні. *Економічна безпека: держава, підприємство*. 2021. С. 40-44. (дата звернення: 05.04.2024).
3. Губарик О., Геркіял Н. Проблемні аспекти обліково-аналітичного забезпечення управління кредиторською заборгованістю в контексті фінансово-економічної безпеки підприємства: *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 54. С. 64-66. (дата звернення: 05.04.2024).
4. Ткаченко А., Кравченко О., Лагодзя Ю. Основні напрями удосконалення обліку постачальниками та підрядниками та його організація на підприємствах України в сучасних умовах господарювання. URL: <https://er.chdtu.edu.ua/handle/ChSTU/1461>. (дата звернення: 05.04.2024).

УДК 336

СТАЛІ ФІНАНСИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ФОРМУВАННЯ

Єлизавета Собко

elizaveta.sobko696@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна
Науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки,
управління та адміністрування Анжела Грилицька

Сталі фінанси - це підхід до управління фінансами, який спрямований на забезпечення стійкості та стабільності фінансового стану суб'єкта (підприємства, організації, держави) протягом тривалого періоду часу. Фінансування сталого розвитку – це діяльність установ фінансового сектора економіки, яка пов'язана із забезпеченням фінансовим капіталом потреб економічних агентів щодо реалізації їх стратегій і досягнення цілей сталого розвитку у різних тематичних сферах діяльності – економічній, екологічній та соціальній [1]. Основні особливості формування сталих фінансів включають:

- ефективне управління ресурсами: Це означає раціональне використання фінансових ресурсів, мінімізацію витрат та максимізацію прибутку;
- диверсифікація портфеля інвестицій: Розподіл ризиків шляхом інвестування в різні види активів допомагає зменшити фінансові втрати в разі негативних змін на ринку;
- фінансова стійкість: Сталі фінанси передбачають наявність достатніх резервів та резервування фінансових ресурсів для покриття непередбачених витрат або втрат;
- фінансова прозорість та відкритість: Важливо мати чітку фінансову звітність і розкривати інформацію про фінансовий стан організації або компанії для зацікавлених сторін;
- постійний моніторинг та аналіз: Постійне відстеження фінансових показників дозволяє своєчасно виявляти проблеми та реагувати на них;
- стратегічне планування і бюджетування: Розробка довгострокових стратегій та бюджетів допомагає забезпечити фінансову стабільність та успішність на майбутнє;
- фінансова дисципліна: Виконання фінансових обов'язків та зобов'язань у відповідності до встановлених процедур і правил;
- розвиток інвестиційної культури: Створення сприятливої атмосфери для розвитку фінансової грамотності та інвестиційної культури серед співробітників та керівництва.

Сукупність визначень щодо поняття «фінанси сталого розвитку» засвідчує його

складність і багатоплановість та потребує такого формулювання, яке б враховувало найважливіші ознаки. Незважаючи на різноманіття тлумачень та відсутність універсального визначення, узагальнення наведених трактувань дозволяє виділити такі сутнісні ознаки поняття «фінанси сталого розвитку» [2]:

1) фінанси сталого розвитку ґрунтуються на концепції триєдиного підсумку, тобто враховують економічні, соціальні і екологічні складові сталого розвитку;

2) цільова функція – забезпечення фінансовим капіталом ініціатив зі сталого розвитку, що здійснюються різними економічними агентами, найчастіше у таких сферах діяльності як соціальна, екологічна та розвиток місцевих громад;

3) цільова орієнтація – позитивний вплив на економіку і суспільство та створення сталої вартості (економічної, екологічної, соціальної) у довгостроковому періоді (одночасно або в залежності від пріоритетів інвесторів та вибраних стратегій);

4) фінансування надається різними суб'єктами фінансового ринку (фінансовими установами), які у своїй діяльності керуються принципами сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності;

5) фінансування сталого розвитку потребує спеціалізованих інноваційних фінансових інструментів, продуктів та моделей, що враховують особливості реалізації заходів зі сталого розвитку;

6) досягнення цілей сталого розвитку потребує ефективного управління ризиками, які порушують сталість, зокрема фінансовими.

Отже, до функцій фінансів сталого розвитку слід віднести як традиційні – розподільча, перерозподільча, контролююча, ресурсотворююча, так і специфічну – створення позитивного соціального ефекту (соціальна функція). Визначено місце фінансів сталого розвитку в системі фінансів та здійснено виділення їх типів за ознакою мотивації провайдерів фінансового капіталу. Встановлено, що відбувається розширення предметного поля дослідження фінансової науки у таких складових: урізноманітнюються суб'єкти фінансових відносин – як провайдери капіталу, так і його реципієнти; створюються і використовуються інноваційні фінансові інструменти, продукти та методи.

Список використаних джерел

1. Солодовнік О. Фінансове забезпечення сталого розвитку підприємств. *Економіка та суспільство*, (49). 2023. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-17>
2. Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції 2-3 березня 2023 року: збірник наукових праць. Вінниця: ВНТУ, 2023. 444 с

УДК 339.923

ВАЖЛИВІСТЬ РОЗРОБКИ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Ушакова Марія

maryush2010@gmail.com

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна

Науковий керівник: доц., канд. екон. наук Куряча Наталія

У сучасному швидкозмінному та все більш глобалізованому бізнес-середовищі забезпечення економічної безпеки є надзвичайно важливою для підприємств в Україні. Економічна безпека відноситься до захисту фінансових активів, ресурсів та операцій

Тематичний напрям 4. Фінансово-аналітичне та обліково-контролююче забезпечення суб'єктів господарювання: сучасний стан, проблеми та шляхи удосконалення

підприємства від внутрішніх та зовнішніх загроз, які можуть підірвати його стійкість та прибутковість. Для успішного подолання викликів та невизначеностей, з якими стикаються українські підприємства, важливо розробити та впровадити надійну систему оцінки економічної безпеки.

Перед тим, як перейти до обговорення зовнішніх та внутрішніх загроз для підприємств в Україні, давайте визначимо деякі ключові терміни, які наведені у табл. 1.

Таблиця 1

Визначення ключових термінів для розуміння системи оцінки економічної безпеки

Економіка	Економіка - це суспільна наука, яка вивчає процеси виробництва, розподілу та споживання товарів і послуг.
Безпека	В контексті цієї статті безпека означає захист або забезпечення активів, ресурсів та операцій від можливих загроз або ризиків.
Система	Система - це сукупність взаємопов'язаних елементів або компонентів, які працюють разом для досягнення певної цілі.
Економічна безпека	Економічна безпека відноситься до стану фінансової стійкості, стійкості та здатності підприємства витримувати внутрішні та зовнішні загрози, які можуть пошкодити його операційній діяльності або фінансам.
Система оцінки економічної безпеки	Система оцінки економічної безпеки - це структурована методологія або рамка, яка використовується для оцінки та вимірювання економічної безпеки підприємства. Вона допомагає виявити вразливості, ризики та області для вдосконалення, що дозволяє ухвалювати превентивні стратегії зменшення впливу можливих порушень.

Джерело: складено автором на основі [1, 2, 3]

У сучасному бізнес-середовищі підприємства стикаються з різноманітними ризиками та викликами, які значно впливають на їх економічну стабільність. Ці ризики можуть виникати як з внутрішніх факторів, таких як погане фінансове управління або неефективність операцій, так і зовнішніх чинників, включаючи економічну нестабільність, ринкові розриви або геополітичні напруги.

Наразі кількість підприємств і підприємців в Україні знижується загалом, існує безліч факторів зниження кількості, а саме природна конкуренція, ситуація у країні, монополія, та багато інших. Наглядно зменшення кількості підприємств вказано у рис 1.

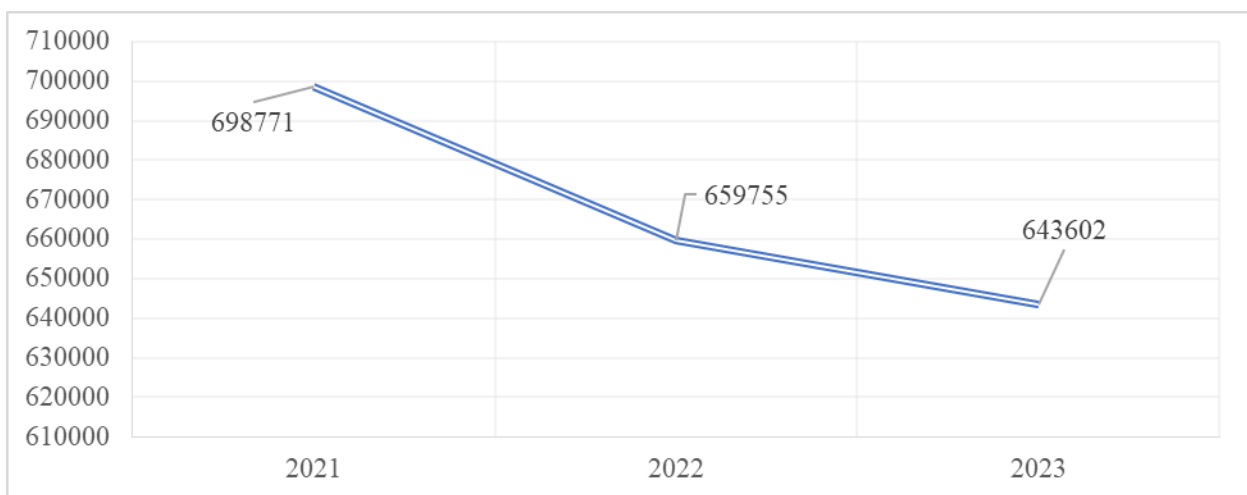


Рис. 1. Кількість активних підприємств на території України за 2021-2023 роки

Джерело: складено автором на основі [4]

Також є й інші причини введення системи, ось ключові причини, чому розробка та впровадження системи оцінки економічної безпеки є важливим для українських підприємств:

1. Превентивне управління ризиками

Система оцінки економічної безпеки дозволяє підприємствам заздалегідь виявляти й усувати потенційні ризики для їх економічної стабільності. Шляхом систематичного аналізу підприємства можна оцінити його фінансове здоров'я, ефективність операцій та вразливість перед різними загрозами. Такий превентивний підхід дозволяє впроваджувати відповідні стратегії управління ризиками та плани непередбачених ситуацій для мінімізації впливу можливих порушень.

2. Забезпечення економічної стійкості країни

Система оцінки економічної безпеки на підприємствах є невід'ємною складовою економічної безпеки самої країни. Вона допомагає ідентифікувати загрози та ризики, які впливають на економічну безпеку підприємств, а також визначати ефективні заходи для їх запобігання. Забезпечення економічної стійкості підприємств сприяє загальній економічній стабільності країни.

За останні роки Україна зіткнулася з рядом складних економічних викликів та невизначеності. Ці події додатково підкреслюють потребу в системі оцінки економічної безпеки на підприємствах. Деякі з найважливіших подій, що вплинули на українську економіку, включають:

Геополітичні події: Зростання геополітичних конфліктів та зміна відносин між Україною та іншими країнами створює загрози для економічної безпеки підприємств. Так, анексія Криму та воєнний конфлікт на сході України мають високий вплив на економічну ситуацію в країні [5].

Економічні виклики: Україна стикається з рядом економічних викликів, включаючи інфляцію, зростання цін на енергоносії та зміни у світових ринкових умовах. Ці фактори можуть вплинути на фінансову стабільність підприємств та загрожувати їх економічній безпеці.

Пандемія COVID-19: Світова пандемія COVID-19 має серйозний вплив на українську економіку. Обмеження, пов'язані з пандемією, призвели до зупинки багатьох галузей економіки, що і досі не відновили сою діяльність, та зниження попиту на товари та послуги. Це створює значні виклики для підприємств і вимагає пристосування до нової реальності [6].

Технологічні зміни: Швидкий технологічний прогрес та цифрова трансформація мають великий потенціал для економічного зростання, але вони також створюють нові виклики для підприємств. Необхідно розробляти нові стратегії та впроваджувати інновації, щоб забезпечити конкурентоспроможність в цифровому світі.

Підприємства в Україні стикаються з різноманітними внутрішніми та зовнішніми загрозами, які можуть впливати на їх економічну безпеку. Внутрішні загрози включають погане фінансове управління, корупцію, неефективність операцій тощо. Зовнішні загрози можуть виникати внаслідок геополітичних конфліктів, економічної нестабільності на світових ринках, змін клімату та природних катастроф [7, 8].

Система оцінки економічної безпеки на підприємствах допомагає ідентифікувати ці загрози та ризики, що дозволяє підприємствам приймати відповідні заходи для їх запобігання та мінімізації впливу [9, 10].

У сучасних умовах розвитку бізнесу в Україні, розробка та впровадження системи оцінки економічної безпеки на підприємствах є важливим інструментом для забезпечення стабільного розвитку країни. Ця система допомагає підприємствам виявляти ризики та загрози, що впливають на економічну безпеку, а також встановлювати ефективні заходи для їх запобігання. Розробка та впровадження такої системи є одним з ключових кроків для забезпечення стійкого розвитку українських підприємств та загальної економічної безпеки України.

Список використаних джерел

1. Денисенко М. П., Бреус С. В.. Підвищення конкурентоспроможності підприємства як чинник удосконалення процесу управління його економічною безпекою: О.В. Вчені записки Університету «КРОК». 2023. № 2 (70). С. 139-146.
2. Денисенко М.П., Юринець З.В.. Система управління ризиковими ситуаціями в умовах підвищення інвестиційної привабливості та безпеки бізнесу: О.В. Економіка та держава. 2022. № 9. С. 4-7.
3. Денисенко М.П., Юринець З.В.. Управління ризиками стартап-бізнесу в контексті формування інвестиційної безпеки, О.В. Ефективна економіка. 2022. № 10. URL: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.10.3> (дата звернення: 05.04.2024).
4. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 05.04.2024).
5. Длігач А.. Стан та перспективи МСБ в Україні. Результати дослідження. Стан та перспективи розвитку МСП в Україні. Результати досліджень. Еpravda. URL: www.epravda.com.ua/columns/2023/07/3/701842/ (дата звернення: 05.04.2024).
6. Живко З. Б.. Управління економічною безпекою підприємства в умовах ринкових відносин, О.В. Актуальні проблеми економіки. 2014. №10 (148). С. 138-146.
7. Юринець З. В., Байда Б. Ф.. Економічна безпека підприємництва України: теорія, практика, напрями зміцнення: монографія, О.В. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2014. 188 с
8. Цекановський З., Вирембек Х.. Вплив мікро-, малих та середніх підприємств на економічну безпеку. Польський журнал досліджень менеджменту. 2020. № 22 (1). С. 86-102
9. Хараїшвілі Е., Нацвлішвілі І., Лобжанідзе Н.. Проблеми та можливості державних закупівель на малих і середніх підприємствах (на прикладі Грузії). Матеріали 9th SWS International Scientific Conference on Social Sciences - ISCSCS 2022. 2022. № 9(1). URL: <http://doi.org/10.35603/sws.iscscs.2022/s04.049> (дата звернення: 05.04.2024).
10. Мігус І.. Основні тенденції розвитку індустрії 4.0 та її вплив на економічну безпеку держави: міжнародний аспект. Наукові записки Університету КРОК, 2023. №1(69), 52–59. URL: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-69-52-59> (дата звернення: 05.04.2024).

УДК 339.923

МАЙНОВІ ПОДАТКИ В УКРАЇНІ: КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ АДМІНІСТРУВАННЯ ТА ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Тетяна Харенко
harenko_ti@ukr.net

директор Департаменту фінансової політики Черкаської міської ради

Алла Ткаченко
alla525@ukr.net

к.е.н. доцент

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Майнові податки є важливим інструментом наповнення місцевих бюджетів. І хоча на сьогоднішній день питома вага податку на майно в Україні складає близько десяти відсотків, проте перспективи цього податку є значними в довгостроковій перспективі.

За українським законодавством податок на майно входить до складу місцевих податків та складається з податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, транспортного податку та плати за землю. В той же час в Європейських країнах, зокрема в Латвійській республіці, податком на нерухоме майно обкладаються лише матеріальні речі, які знаходяться на території держави та які не можна переміщувати з одного місця в інше

без зовнішнього пошкодження [1, 2].

І якщо плата за землю в Україні встановлена ще з 1992 року не викликала особливих дискусій в сучасній незалежній Україні, то встановлення податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки давалося важко. Останній навіть відтермінували на рік для фізичних осіб. В 2013 році - році запровадження цього податку Верховною Радою України приймається закон, який встановлює, що «у 2013 році контролюючі органи не нараховують податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, фізичним особам - платникам податку, і цей податок фізичними особами не сплачується» [3].

Офіційно таке відтермінування обґрунтовувалося тим, що потрібно сформувати реєстр платників, який і до сьогодні не сформований належним чином. Але неофіційно це говорить про соціальну напругу та невдоволення від запровадження додаткового податку [4].

Невдоволення запровадження податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, відобразилося і при встановленні особливостей адміністрування. І якщо платники податку – юридичні особи мають самостійно обчислювати суму податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, станом на перше січня звітного року та подавати контролюючому органу за місцезнаходженням одного чи декількох об'єктів оподаткування податкову декларацію, то фізичні особи у випадку не надіслання (невручення) контролюючим органом одного чи декількох податкових повідомлень-рішення у відповідні строки звільняються взагалі від відповідальності передбаченої Податковим кодексом України за несвоєчасну сплату податкового зобов'язання [1].

За чинним податковим законодавством документи вважаються належним чином врученими лише у тоді, якщо вони надіслані у відповідному порядку та за адресою (місцезнаходженням, податковою адресою) платника податків рекомендованим листом з повідомленням про вручення або особисто вручені платнику податків (його представнику) [1].

При цьому сам платник на практиці не повідомляє про зміну своєї адреси і, як результат, не отримує повідомлення якщо цього не хоче. Та і органи адміністрування не особливо відстежують місцезнаходження платників внаслідок відсутності реального впливу як на процес зміни податкової адреси, так і великої кількості самих платників. При цьому ускладнені законодавчі норми вручення повідомлення про сплату податку разом із низьким фінансовим забезпеченням органів адміністрування призводить до неотримання повідомлень навіть сумнівних платників. Вітчизняна система адміністрування працює настільки недосконало, що іноді платник випадково дізнається про власне зобов'язання сплати податку коли вже має податковий борг певний час та йому про це повідомляють коли він намагається перетнути кордон.

На сьогодні, українська податкова система фіксує відповідальність платника лише у випадку порушення чинного законодавства, що потрібно ще довести. Тобто фактично органи адміністрування щоб змусити несумлінного платника заплатити податки мають довести його дії або бездіяльність. Тоді як у деяких країнах Європейського Союзу платник несе відповідальність безпосередньо за сплату майнового податку у повному обсязі та у визначені строки. [1, 2].

Отже, сучасні норми законодавства України приводять до фактично перекладання відповідальності за сплату податку з платника податків на органи адміністрування, «сприяючи» великій кількості методів ухилення від сплати майнових податків.

Офіційно адмініструванням майнових податків в Україні займається контролюючий орган яким згідно чинного законодавства визначена Податкова служба України та її територіальні органи. І адмініструванням цієї частини надходжень місцевих бюджетів фактично визнано незадовільним та відобразилося в прийнятій Національній стратегії доходів України. Зокрема серед інших новацій в податковій політиці зафіксовано необхідність прийняття змін до законодавства щодо надання додаткових повноважень органам місцевого самоврядування в частині адміністрування місцевих податків і зборів, до

яких власне і відноситься податок на майно [1, 6].

З часу запровадження в Україні оподаткування нерухомого майна вже минуло більше десяти років, проте навіть за цей термін не змогли сформувати відповідні реєстри та точиться гостра дискусія щодо того, хто має базу оподаткування відслідковувати та контролювати. А обмін інформацією між існуючими системами та реєстрами є дуже недосконалим. Наявна велика кількість фактів, коли платники отримували повідомлення про сплату податків за майно, якого вже немає у власності, тобто його продали або подарували задовго до періоду в якому проводилися розрахунки зобов'язань. Також, мають місце отримання повідомлень які в десятки або сотні разів перевищують реальні зобов'язання. Тому, останні стратегічні документи що стосуються проблем політики збільшення доходів пропонують переправити на територіальні громади.

Проте, перекладання адміністрування на органи місцевого самоврядування без зміни правил відповідальності та спрощення зрегульованих законодавчих процедур не призведе до розв'язання проблеми справедливого оподаткування податком на майно.

Таким чином, для збільшення доходів місцевих бюджетів необхідно доповнити законодавство в частині зобов'язань та фінансової відповідальності платників за внесення власних даних в державні реєстри. При цьому доцільно додати норму щодо повідомлення органів адміністрування про зміну місцезнаходження об'єкта та набуття його права власності. А саму процедуру вручення спростити шляхом визнання повідомлення про сплату податку адміністративним актом та законодавчого закріплення можливості надсилати платіжне повідомлення поштою без оформлення його рекомендованим листом

Крім цього, зважаючи що всі повідомлення розраховуються автоматично, визначити, що підпис посадової особи на платіжному повідомленні про сплату податків не вимагається, якщо воно складається в електронному вигляді. У такому разі на ньому має бути відмітка: «Платіжне повідомлення складено в електронному вигляді та є дійсним без підпису». І, на нашу думку, лише комплекс заходів удосконалення адміністрування та відповідальності може дати реальне збільшення доходів місцевого бюджету місцевих громад.

Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення 05.04.2024)
2. Par nekustamā īpašuma nodokli. URL: <https://likumi.lv/ta/id/43913-par-nekustama-ipasuma-nodokli> (дата звернення 05.04.2024)
3. Закон України «Про плату за землю». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2535-12#Text> (дата звернення 05.04.2024)
4. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо об'єктів нерухомості» 4 липня 2013 року № 403-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/403-18#Text> (дата звернення 05.04.2024)
5. Консультація: Податок на нерухоме майно: про нюанси, які замовчують. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/n0001697-15#Text> (дата звернення 05.04.2024)
6. Національна стратегія доходів до 2030 року (розпорядження Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2023 року № 1218-p) URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-skhvalennia-natsionalnoi-stratehii-dokhodiv-do-2030-s1218-271223> (дата звернення 05.04.2024)

УДК 657.412

ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНOSTI

Олександра Шевченко

shevchenkosasha163@gmail.com

Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна

Науковий керівник: доцент, к.н. держ. упр. Ірина Пушкар

Дебіторська заборгованість є невід'ємною складовою фінансово-господарської діяльності підприємства. У зв'язку з цим виникає необхідність застосування комплексного підходу до аналізу оборотних активів в цілому та по окремим складовим, вчасності дебіторської заборгованості. Вдосконалення методів аналізу забезпечить стійкість фінансового стану, конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості підприємств.

Згідно Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку № 10 «Дебіторська заборгованість»: дебіторська заборгованість – це сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату.

Дебітори – юридичні або фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів [1].

Особливістю аналізу дебіторської заборгованості полягає в тому що при його проведенні необхідно правильно оцінити стан та обсяг дебіторської заборгованості, оцінити критичні точки забезпечення доцільності визнання дебіторської заборгованості, проаналізувати систему контроль за операціями пов'язаними з дебіторами.

На думку Томчука О.Ф. й Сидоренка І.М. слід застосовувати таку послідовність проведення аналізу розрахунків з дебіторами, який представлений в таблиці 1.

Таблиця 1

Етапи проведення аналізу дебіторської заборгованості

Етап	Зміст
Перший	Збір та обробка інформації, що відображає кредитну історію дебітора
Другий	Аналіз фінансового стану партнерів
Третій	Проведення розрахунку кредитного ліміту, визначення базових кредитних умов і форм погашення заборгованості для кожного дебітора
Четвертий	Здійснення контролю відповідності термінів надання товарного кредиту, а також дотримання ліміту в кожному конкретному випадку реалізації
П'ятий	Здійснення моніторингу платежів контрагентів
Шостий	Проведення аналізу та контролю довгострокових зобов'язань дебіторів
Сьомий	Проведення процедур з повернення дебіторської заборгованості, за якою минув строк сплати
Восьмий	Аналіз безнадійної заборгованості та прийняття управлінських рішень щодо компенсації цих збитків із фонду компенсації безнадійних боргів

Джерело [2, с. 99]

Ми вважаємо, що це не зовсім доцільно, бо в загальному вигляді етапів аналізу дебіторської заборгованості є три:

- 1 етап – збір та обробка інформації;
- 2 етап – проведення комплексному аналізу дебіторської заборгованості;
- 3 етап – формулювання аналітичних висновків та прийняття управлінських рішень.

Представлені раніше етапи (табл. 1) доцільно представити як напрямки аналізу, які більш детально характеризують даний аналіз. Тому на основі даної інформації ми виділяємо такі наступні напрямки аналізу розрахунків з дебіторами:

- Перший напрям – визначення об'єкта, мети та завдання аналізу;
- Другий напрям – збір і опрацювання інформації;

- Третій напрям – комплексний аналіз дебіторської заборгованості, за допомогою аналітичних показників заборгованості, визначеної на підприємстві;

- Четвертий напрям – проведення оцінки результатів аналізу дебіторської заборгованості та формулювання аналітичних висновків, на основі яких потім приймаються управлінські рішення.

Друга особливість дебіторської заборгованості – при формування системи стану дебіторської заборгованості необхідно визначити такі показники як:

Абсолютні показники, що характеризують зміну обсягу показників діяльності підприємства за певний період. До них можна віднести:

коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості (Кодз) – показує середній обсяг дебіторської заборгованості, впродовж періоду, що аналізується;

тривалість періоду погашення дебіторської заборгованості (Тпдз) – показує середню кількість днів, впродовж яких буде погашена дебіторська заборгованість.

Відносні показники, що узагальнюють кількісні співвідношення між абсолютними показниками. До них можна віднести такий показник як питома вага дебіторської заборгованості (ПВдз), яка показує питому вагу дебіторської заборгованості в загальному обсязі оборотних активів.

Наступна особливість – доцільно співставити оборотність дебіторської та кредиторської заборгованості, при якому оптимальне співвідношення таких показників повинно дорівнювати 1. При цьому необхідно розрахувати коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості (Ккдз), який характеризує платоспроможність підприємства погасити кредиторську заборгованість за рахунок дебіторської заборгованості.

Для того щоб співставити дані показники необхідно розрахувати такі показники заборгованості перед кредиторами:

1) коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості (Кокз) – показує кількість залучених коштів, які необхідно повернути кредиторів за певний період;

2) тривалість обороту кредиторської заборгованості (Тпкз) – показує середню кількість днів, впродовж яких буде погашена кредиторська заборгованість;

3) питома вага кредиторської заборгованості (ПВкз), яка показує питому вагу кредиторської заборгованості в загальному обсязі заборгованості підприємства [3, с. 162-163].

Формування політики підприємства є невід'ємною частиною для здійснення детального аналізу процесу діяльності підприємства. При формуванні та покращенні політики підприємства потрібно врахувати наступні інформацію про:

- договірні відносини між основними дебіторами;
- класифікацію дебіторської заборгованості за певними ознаками;
- терміни погашення залишків дебіторської заборгованості;
- управлінський контроль над погашенням заборгованості дебіторів [4, с. 175].

Отже, дебіторська заборгованість є невідмінною частиною діяльності підприємства. Комплексний та якісний аналіз дає змогу прийняти управлінські рішення, розробити план, політику відносин з дебіторами, які згодом позитивно вплинуть на подальший стан організації діяльності підприємства. Організовані дії щодо покращення методів управління дають змогу підприємству підтримувати стійкість, економічну стабільність в умовах нестабільності в економіці держави. Забезпечення резервів сумнівних боргів, а також покращення комунікації з контрагентами.

Список використаних джерел

1. Національне положення (стандарт) № 10 «Дебіторська заборгованість», затверджене наказом Міністерством фінансів України від 08.10.1999 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99#Text>

2. Томчук О.Ф., Сидоренко І.М. Методика проведення аналізу дебіторської заборгованості в системі управління підприємством. URL: <https://jfub.donnu.edu.ua/article/view/7409>

3. Кручак Л.В. Методика аналізу дебіторської заборгованості в системі управління підприємством. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/22-2016/37.pdf>

4. Бондарчук Н. В., Тімашова А.М. Модель аналізу дебіторської заборгованості: основні показники. *Проблеми системного підходу в економіці Випуск № 3, 2019*. URL: http://www.psae-jrnl.nau.in.ua/journal/3_71_2_2019_ukr/25.pdf

УДК 657. 471.1:658

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ СУБ'ЄКТІ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Ілона Шпілька

lonashpilka556@gmail.com

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

Ефективний облік витрат відіграє ключову роль у діяльності будь-якого підприємства. Він лежить в основі формування фінансового результату та забезпечує стійкість фінансового стану. В умовах жорсткої конкуренції та динамічного розвитку ринкових відносин питання оптимізації витрат та підвищення ефективності їх обліку набувають особливої актуальності для вітчизняних суб'єктів господарювання.

Проблема управління витратами стає актуальною для всіх суб'єктів господарювання в умовах дестабілізації економіки через деструктивні зовнішні фактори. Ефективна система управління витратами може сприяти впровадженню заходів з їх захисту та оптимізації, що призводить до збереження ресурсів та зростання прибутковості суб'єкта господарювання.

Дослідження основних напрямів вдосконалення обліку витрат на вітчизняному суб'єкті господарювання привернуло увагу багатьох вчених, серед яких Бутинець Ф. Ф., Балабанова Л. В., Коваленко О. М., Ткаченко А. А., Бразілій Н. М., Здір В. А., Ткаченко Н. М., Павловська О. В. та багато інших.

У сучасних умовах господарювання підприємствам необхідно раціонально формувати витрати та встановлювати умови діяльності, спрямовані на мінімізацію витрат виробництва та збільшення обсягу продукції з метою стабілізації та максимізації прибутку в майбутньому. Для досягнення цієї мети важливо налагодити „систему управління витратами, яка спрямована на досягнення позитивного економічного результату. Управління витратами охоплює не лише зниження витрат, а й інші аспекти управління. Відповідно до П(С)БО 16, витрати визнаються як зменшення активів або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства, якщо їх можна адекватно оцінити [1].

Вдосконалення обліку витрат на суб'єктів господарювання вимагає уважного документування непередбачуваних подій, таких як руйнування майна внаслідок збройної агресії або інших обставин. Представники компетентних органів повинні відвідати місце події для фіксації обставин, а з бухгалтерської точки зору, важливо дотримуватися правил фіксації фактів та наслідків руйнування, оскільки це може вплинути на оподаткування у майбутньому. Використання цифрових інструментів для планування і контролю витрат полегшує зберігання та їх аналіз і забезпечує швидкий доступ до інформації, поліпшує комунікацію між відділами суб'єкта господарювання.

Якщо підприємство зазнало руйнування майна внаслідок збройної агресії або інших

непередбачуваних обставин, в першу чергу необхідно документувати сам факт події. Представники компетентних органів, таких як ДСНС, національна поліція і органи місцевого самоврядування, мають виїжджати на місце події для фіксації обставин. З бухгалтерської точки зору, для реєстрації руйнування вистачить акту інвентаризації, який складений з урахуванням всіх вимог. Однак податкові органи уважно ставляться до списання майна, оскільки це може вплинути на обсяги оподаткування у майбутньому. Тому важливо дотримуватися правил фіксації фактів та наслідків руйнувань, які визначені цивільним і господарським правом.

Якщо активи підприємства перебувають на тимчасово окупованих територіях, документування збитків та проведення інвентаризації відкладається до стабілізації безпекової ситуації. Перед проведенням інвентаризації, підприємства мають забезпечити безпечний доступ до активів та документів бухгалтерського обліку. Після фіксації збитків та знищення активів, необхідно долучити відповідні документи, такі як акт про факт знищення, номер провадження від правоохоронних органів, акт обстеження пошкодженого майна та експертну оцінку витрат. У разі втрати бухгалтерських даних, їх відновлення може здійснюватися через резервні копії чи шляхом звернення до розробників програмного забезпечення.

В Україні діє програма "єВідновлення", яка компенсує збитки фізичних осіб від руйнування особистого майна під час війни. Поки що бізнес не має права на такі виплати, проте він повинен документувати збитки та звертатися за компенсацією до відповідних органів та платформ, таких як ДСНС, портал "Дія", "КиївЦифровий", судові органи. Наразі в Україні немає чіткого механізму для компенсації бізнесу, але суб'єкти господарювання активно шукають можливості для відновлення збитків. В обліку слід урахувувати оцінку та ремонт необоротних активів після збройної агресії, щоб точно визначити збитки та правильно обліковувати їх для податкового обліку. Якщо фінансування відновлення здійснюється власними коштами або позикою, порядок обліку лишається стандартним, але рекомендується визначити суму збитків експертно і списати на невстановленого дебітора.

Більшість державної допомоги на відновлення фізичним особам надається через сертифікати або виплати через державні банки, а не прямим фінансуванням. Якщо подібні програми застосовані до суб'єктів господарювання, отримані кошти слід включити до доходів та оподаткувати. Те ж стосується допомоги від міжнародних організацій та благодійних фондів. Суми грантів підлягають оподаткуванню на загальних підставах, але можуть бути звільнені від оподаткування, якщо використовуються цільово. При нарахуванні зносу необоротних активів такі податкові витрати компенсуються амортизаційними витратами [2, с. 124-127].

Цифрові технології у фінансовому плануванні допомагають підприємствам забезпечувати точні прогнози, контролювати витрати та покращувати комунікацію між відділами, особливо завдяки застосуванню машинного навчання та штучного інтелекту.

Цифрові технології значно спрощують фінансове планування та бюджетування, автоматизуючи багато рутинних завдань і прискорюючи обробку даних. Вони перетворюють традиційні процеси на ефективніші та автоматизованіші, дозволяючи створювати фінансові плани та бюджети на основі різних факторів. Програми також надають можливість моніторити та контролювати фінансові показники в тому числі і по витратах, виявляти відхилення та розробляти стратегії управління ризиками.

Цифровізація обліку та управління витратами може значно покращити їхню ефективність та прозорість.

Ось деякі переваги:

- Автоматизація: Рутинні завдання, такі як введення даних та створення звітів, можна автоматизувати, що звільняє час для більш важливих завдань.
- Кращий аналіз: Цифрові інструменти дають змогу легко аналізувати дані про витрати, щоб виявити тенденції та можливості для економії.

- Підвищення точності: Цифрові системи менш схильні до помилок, ніж ручні методи.
- Кращий контроль: Цифрові системи дають змогу легко відстежувати витрати та контролювати бюджет.

Аналітичне програмне забезпечення є необхідною складовою цифрових технологій у фінансовому аналізі, дозволяючи аналізувати та інтерпретувати фінансові дані по витратам, використовуючи різні методи та моделі. Ці інструменти автоматизують обробку великих обсягів даних, що підвищує швидкість і точність аналізу, а також виявляють складні залежності та патерни, що допомагає у прийнятті обґрунтованих управлінських рішень. Крім того, вони сприяють ефективній роботі аналітиків, вивільняючи їх час для більш глибокого аналізу, а також забезпечують кібербезпеку фінансових даних за допомогою захисних технологій та методів виявлення шахрайства.

Кібербезпека грає ключову роль у фінансовому обліковому управлінні, запобігаючи крадіжці фінансових даних та витоку конфіденційної інформації, що може призвести до фінансових втрат та пошкоджень репутації. Технічні заходи, політики безпеки та навчання персоналу щодо кібербезпеки важливі для забезпечення захисту фінансової інформації та відповідності вимогам законодавства. Цифрові технології, такі як хмарні технології, аналітика даних, штучний інтелект та блокчейн, відкривають нові можливості для ефективного фінансового управління, але також створюють нові виклики та загрози для кібербезпеки, які потребують відповідних заходів захисту [3]. Ось деякі кроки, які можна зробити для захисту даних:

- Використання надійних паролів: Використовуйте надійні паролі для всіх облікових записів і регулярно їх змінюйте.
- Встановлення програмного забезпечення для захисту: Встановіть програмне забезпечення для захисту від вірусів, шпигунських програм та інших загроз.
- Створення резервних копій даних: Регулярно створюйте резервні копії даних, щоб уникнути їх втрати у разі кібератаки.
- Навчання персоналу: Навчайте персонал основам кібербезпеки, щоб вони могли розпізнавати та відбивати кібератаки.

Отже, ефективне управління витратами та їх належний облік є критично важливими для забезпечення стабілізації через деструктивні зовнішні фактори і дестабілізації економіки. Використовуючи цифрові інструменти та вживаючи заходи **суб'єкта господарювання** для кібербезпеки, можуть покращити свій облік та управління витратами, а також захистити свої дані.

Список використаних джерел

1. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку : Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р. № 318 : станом на 3 листоп. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text> (дата звернення: 09.04.2024).
2. Лаврова-Манзенко О. О., Ткаченко А. А., Матюшенко Н. Р. Облік відновлення необоротних активів вітчизняних суб'єктів господарювання в умовах війни. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*. 2023. № 22. С. 124–127. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.22.124> (дата звернення: 09.04.2024).
3. Здір В. А., Ткаченко А. А., Бразілій Н. М. Роль цифрових технологій для ефективного фінансово-облікового управління суб'єктів господарювання. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2024. № 11. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-09-02> (дата звернення: 09.04.2024).

УДК 338.1

ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА СУЧАСНИЙ ЕТАП РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Наталія Андрушкевич

natalia.andrushkevich@e-u.edu.ua

Черкаська філія ПВНЗ «Європейський університет», м. Черкаси, Україна

Цифрова економіка - це економічна, соціальна та культурна сфера, основна увага в якій приділяється використанню електронних комунікацій та інформаційних технологій. Цифрова економіка у сучасній цивілізації грає особливу роль підвищення рівня життя людей. Розвиток цифрової економіки, безперечно, сприяє розвитку бізнесу, надаючи компаніям нові можливості.

Креативна індустрія також зростає та розвивається відповідно до цифрового доступу. Переваги та можливості цифрової економіки не викликають сумнівів. Але, з іншого боку, ризики та проблеми використання цифрової економіки, які загрожують розвитку нової моделі економічного сектору, також є неминучими. У цьому контексті цифрова грамотність кожного окремого споживача, зокрема і кожної компанії в цілому, дуже важлива.

З бурхливим розвитком цифрової економіки нашого соціального та економічного життя відбуваються великі зміни. Значна кількість безкоштовних цифрових товарів та послуги надаються споживачам, а технології штучного інтелекту та аналізу великих даних дають більш цілеспрямовані рекомендації щодо продуктів, ефективніше пов'язуючи продавців та покупців. Ці технології також підвищують точність економічних прогнозів та зменшують інформаційні тертя на фінансовому ринку.

Але в той же час вони створюють проблеми з конфіденційністю та безпекою даних. Накопичення цифрових активів може створити величезну ринкову владу, особливо для платформ, що може призвести до хижацької та дискримінаційної поведінки. Ці ринкові збої потребують втручання уряду, щоб збалансувати інтереси всіх сторін, обмежити неналежне використання ринкової влади та розробити ефективні інституційні та правові рамки.

У цифровій економіці дані та здатність створювати вартість за допомогою даних стають факторами виробництва. Це може включати алгоритми або аналізувати великі дані для отримання цінності в різних контекстах. Хоча ці фактори є важливим класом нематеріальних активів, важко виміряти вартість нематеріальних активів, крім визначення їх існування.

Однак усі дослідження оцінки на ринках показують, що нематеріальні активи стають дедалі важливішим компонентом оцінки. Дослідники зазначають, що значення фізичного капіталу вартості компанії протягом останніх десятиліття знизилося, тоді як значення капіталу знань зросла, особливо у високотехнологічних галузях [1].

Ще однією відмінністю цифрової економіки є повсюдний доступ до інформації. Фактор даних є основною довідковою змінною при ухваленні інвестиційних рішень на фінансових ринках, граючи важливу роль у зниженні інформаційного тертя. Автори вказують, що нещодавні досягнення у галузі обчислювальної техніки дозволили технологічним компаніям у режимі реального часу збирати деталізовані індикатори фундаментальних показників для продажу професіоналам у галузі інвестицій. Введення цих даних підвищує інформативність цін за рахунок зниження витрат на отримання інформації і, отже, має два ефекти на інвесторів. З одного боку, у менеджерів менше можливостей торгувати своєю приватною інформацією про майбутні доходи, коли ціни точніше відображають ці майбутні доходи. З іншого боку, дані про основні показники компаній можуть виявити тенденції до спаду в поточному бізнесі або можливість досягнення зростання в майбутньому, що може підвищити ефективність інвестицій, спонукаючи інвесторів скорочувати інвестиції, коли ситуація погіршується, та збільшувати інвестиції,

коли можливості розширюються.

В епоху розвитку великих даних відбулися значні зміни у методах збирання, подання та оцінки інформації. Витрати на пошук кредитної інформації різко скоротилися, а збирання кредитних даних перейшло від пасивного пошуку інформації до активного збору інформації. Варто зазначити, що ці тенденції дозволяють фінансовим фірмам надавати такі послуги, як кредит населенню, яке раніше мало обмежений доступ до обслуговування. Не слід недооцінювати важливість цифрових технологій підвищення характеристик інклюзивності ринків.

З економічної точки зору інформаційні прогалини та асиметрії, що існують майже на всіх ринках, частково усуваються, що матиме як значні позитивні сторони, так і потенційні проблеми. Відповідальне використання даних може створити та стимулювати ринки, яких раніше не існувало.

Цифрова економіка створила новий зовнішній ефект. Інформація окремих осіб може бути корисною іншим людям. Наприклад, якщо споживач планує купити продукт, він захоче отримати відгуки від інших споживачів, які мають відповідний досвід. Такі зовнішні ефекти генерують корисну суспільну інформацію і покращують соціальний добробут для всіх.

Економіка в період пандемії дуже яскраво демонструє необхідність та важливість застосування цифрових технологій. Соціальне дистанціювання, карантин, самоізоляція та інші заходи стають критично важливими під час виборів способу отримання товарів чи послуг. Також у цей час цифрове розташування можна використовувати для оцінки ймовірності зараження.

Є ще багато прикладів того, як цифрові технології можуть підвищити інклюзивність у багатьох аспектах економічного добробуту, таких як участь в економіці, охороні здоров'я, освіті тощо, застосовується для діагностики захворювань у територіально малодоступних груп населення.

Нарешті, фактор виробництва даних також покращив суспільний добробут, допомагаючи процесу ухвалення рішень у соціальній сфері. Так, аналіз великих даних може підтримувати безперервну оцінку урядом результатів політики як реального часу з допомогою моделі політичного циклу. У цьому контексті уряди можуть замінити або навіть призупинити неефективну політику на кожному етапі та підвищити ефективність розробки політики. У міру того, як все більше даних перетворюється на доступну інформацію та спрямовує процес прийняття рішень за допомогою технології прогнозного аналізу, соціальний сектор також зможе максимізувати позитивний вплив соціальних витрат на добробут суспільства.

Цифрові технології, що лежать в основі сучасних мегаплатформ, настільки сильні тому, що вони закривають інформаційні прогалини. Тепер покупці та продавці можуть швидко знайти один одного, а транзакції стали оперативними та безпечними.

Цифрова економіка все ще перебуває на стадії становлення, проте можна спостерігати появу деяких проблем з розвитком цієї нової форми економіки. Крім суперечностей між індивідуальними правами та колективними інтересами, існує також проблема міжнародного співробітництва - компаніям доводиться мати справу з потенційними конфліктами між національною безпекою та величезними перевагами вільного потоку даних, інформації та технологій у всьому світі [2].

З одного боку, уряди хочуть заохочувати транскордонний потік інформації на користь торгівлі, освіти, технологій та наукового прогресу. З іншого боку, доводиться обмежувати вільний потік інформації для досягнення важливих політичних цілей, таких як запобігання спаму, піратству та злому, а також захист національної безпеки, суспільної моралі, конфіденційності та ключової інфраструктури в економіці та фінансовому секторі.

У цифровій економіці також важливо адаптувати як структуру економіки, так і робочу силу, щоб забезпечити винагороду за продуктивну зайнятість в економіці, яка все більше будується на цифрових основах.

Деякі дослідники висловлюють стурбованість тим, що цифрові технології, такі як штучний інтелект та цифрові роботи, призведуть до автоматизації і, отже, до нестачі робочих місць. Штучний інтелект та технології машинного навчання, засновані на аналізі даних, постійно вдосконалюють автоматизацію та інтелектуальність виробництва та прийняття рішень. Комп'ютери та штучний інтелект можуть конкурувати з людськими здібностями, виконуючи деякі завдання з вищим рівнем ефективності та меншими граничними витратами. Це, безумовно, призведе до того, що більшість традиційних занять буде замінено машинами, що скоротить частку праці в національному доході.

Щодо питання технологій та національної безпеки, уряди в усьому світі завжди заявляли, що вони мають право втручатися у вільний потік інформації та технологій, коли це має негативні наслідки для національної безпеки.

Очевидно, що урядам приділяється складна роль в управлінні цифровою економікою. Їм необхідно просувати інновації, з одного боку, і водночас уникати нерегульованої та хаотичної ситуації на ринку, з іншого боку. Таким чином уряди змушені врівноважувати національну безпеку та економічний динамізм за рахунок технологічних інновацій.

В епоху цифрової економіки співпраця між урядами та транскордонне співробітництво не менш важлива, ніж міжнародне співробітництво в епоху фізичної торгівлі, а може, навіть важливіше. Оскільки цифрова торгівля дає ефект масштабу, коли суверенні уряди працюють разом, споживачі можуть отримувати вигоду від платформ, створених в інших країнах, не чекаючи появи вітчизняної платформи. Якщо уряди не співпрацюватимуть, результатом стануть торгові режими з численними блокуваннями по всьому світу, що, у свою чергу, завдасть шкоди країнам, які не мають власних успішних внутрішніх платформ [3].

Оскільки цифрова економіка зазвичай має дуже високі фіксовані витрати і набагато нижчі граничні витрати, компанії можуть використовувати переваги ефекту масштабу, створюючи велику конкуренцію і велику базу для інновацій. Відкритий доступ дозволяє багатьом перевагам та ресурсам текти у місця, які є основними центрами цих цифрових технологій. Проте, щоб скористатися цими перевагами, уряди повинні працювати разом, щоб відповісти на питання, що раніше обговорювалися про конфіденційність даних, місцезнаходження, безпеку та використання.

Таким чином, у міру того, як суспільство вступає в цифрову епоху, революційні інновації у цифровій економіці суттєво змінюють методи виробництва та спосіб життя. Як вид капіталу цифрові нематеріальні активи можуть значно підвищити ефективність виробництва та ринкову вартість компаній. Технологія аналізу великих даних зменшує інформаційне тертя та підвищує точність прогнозів на фінансових ринках, що згодом підвищує ефективність інвестицій. Двосторонні цифрові мегаплатформи можуть використовувати свої інтегровані дані користувача для підвищення ефективності узгодження попиту та пропозиції.

Тим не менш, цифрова економіка одночасно породжує низку проблем. Переваги аналізу великих даних іноді досягаються за рахунок порушення конфіденційності користувачів, тоді як вільний потік даних, інформації та технологій викликає проблеми національної безпеки. Крім того, переважний процес автоматизації в цифровій економіці породжує ефект заміщення людини, тим самим шокуючи ринок праці.

Необхідно, щоб уряди країн контролювали ринкову владу мегаплатформ та заохочували інновації, створювали ефективну інституційну та правову основу для розподілу власності на дані та розробили ефективну систему податків та стимулів для цифрової економіки. Керівництву країн не можна діяти ізольовано у сучасній цифровій економіці, лише спільна робота урядів дозволить ефективно вирішувати нові завдання цифрової доби.

Список використаних джерел

1. Карчева Г.Т., Огородня Д.В., Опенько В.А. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки // Фінансовий простір. 2017. № 3. С. 13–21. URL: <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/files/1703/17kgttme.pdf>.
2. Пушак Я. Я., (2017) Ефективність впровадження електронної системи як одного з інструментів мережевої економіки, Економіка і суспільство, № 11, С. 625–629.
3. Скоробогатова Н. Є. Концептуальні засади формування сталого розвитку суспільства в контексті Індустрії 4.0. Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2019. С. 388-400. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.16.2019.182748>.

УДК 336.711; 339.732.6

ЦИФРОВІ ВАЛЮТИ ЦЕНТРАЛЬНИХ БАНКІВ: МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ

Юрій Бицюра

yu.v.bitsura@npu.edu.ua

канд. екон. наук, доцент кафедри економіки та підприємництва

Український державний університет імені Михайла Драгоманова, м. Київ, Україна

Владислав Федорцов-Крижний

Vlad232006@gmail.com

учень 11 класу ліцею «Фінансовий» м. Києва, Україна

Поява грошей у цифровій формі є ще одним етапом еволюції грошей у сучасному світі. Ідея випуску центральними банками власних цифрових валют в останні роки набула популярності в усьому світі. Інновації відіграють дедалі важливішу роль у фінансовому секторі, нові платіжні технології та послуги продовжують з'являтися на ринку, а центральні банки прагнуть підвищити прозорість, швидкість, зручність і безпеку платежів і транзакцій.

Банк міжнародних розрахунків визначає цифрові валюти центральних банків (ЦВЦБ) як зобов'язання Центрального банку, представлене наявною розрахунковою одиницею, яка є одночасно засобом обігу та засобом нагромадження [1]. МВФ вважає ЦВЦБ цифровою формою існуючих фіатних грошей, випущених Центральним банком, які регулюються та можуть виконувати функції законного платіжного засобу [2]. Більшість експертів визначають, що ЦВЦБ – це зобов'язання Центрального банку, номіноване в національній валюті, що має цифрову форму і здатне виступати в якості засобу платежу.

Згідно з опитуванням Банку міжнародних розрахунків, чотири з п'яти Центральних банків світу виконали певні види робіт щодо ЦВЦБ, від вивчення потенціалу до реалізації пілотного проекту. За даними Банку міжнародних розрахунків, принаймні 36 центральних банків опублікували аналітичні роботи щодо своїх досліджень ЦВЦБ [3].

ЦВЦБ розглядаються країнами як потенційна альтернатива традиційним методам оплати. Такі країни як Канада, Швеція та Україна, проводять дослідження або пілотують проекти впровадження центральних банків, тоді як інші країни, такі як Китай і Сенегал, впроваджують більше методів випуску власної цифрової валюти. Є також країни, які відкидають або критикують ідею створення ЦВЦБ через занепокоєння щодо фінансової стабільності та непередбачуваних наслідків для макроекономічної ситуації.

Успіх ЦВЦБ залежатиме від їх здатності забезпечувати простоту використання, безпеку та швидкість розрахунків, а також від інфраструктури та технологій, які використовуються для їх розгортання.

Найбільш значущими є зусилля Китаю по випуску цифрової валюти. Протягом тривалого часу для керівництва країни було важливо забезпечити максимальний контроль над криптовалютами. Водночас Народний банк Китаю окреслив намір запровадити цифрову

валюту, яка дозволить центральному уряду краще відстежувати рух грошей [4].

У квітні 2020 року Китай став першою великою світовою економікою, яка випробувала цифрову валюту. Цифрова валюта Китаю е-юань була протестована в рамках чотирирічного проекту за участю підприємств і домашніх господарств [4]. За даними МВФ, наразі він має понад сто мільйонів індивідуальних користувачів і мільярди юанів у транзакціях [5].

З такою швидкістю та географією дослідження ЦВЦБ має всі шанси стати популярним платіжним інструментом і використовуватися поряд з готівкою та рахунками в банках. Однак для цього вони повинні мати необхідні функції для забезпечення швидких і зручних грошових розрахунків для підприємств і користувачів. Тобто цифрові гроші мають поєднувати в собі переваги готівкових і безготівкових розрахунків із використанням онлайн-банкінгу, банківських карток і сервісів миттєвих платежів.

Цифрова валюта повинна мати такі характеристики: простота використання; швидкість транзакцій; надійність, успішне виконання всіх операцій; витрати платників на операції Центрального банку з цифровою валютою не повинні бути вищими, ніж при використанні платіжних карток та інших роздрібних платіжних інструментів; безпека зберігання коштів в електронних гаманцях, впевненість споживачів у низькому ризикі втрати коштів внаслідок злому чи шахрайства, у тому числі захист прав власника, визначених законом; зручна та проста конвертація цифрової валюти в готівку та гроші на банківських рахунках.

Як високотехнологічний платіжний інструмент ЦВЦБ може надати нові можливості, зокрема: конфіденційність інформації про споживача. Дані про транзакції цифрової валюти міститимуть більш обмежену інформацію про мету платежу та одержувача, ніж поточні платіжні системи, що допомагає зменшити ризики, пов'язані з використанням особистої інформації.

У свою чергу споживачі отримають вигоду від інтеграції цифрових платформ. Вільна конвертація цифрової валюти в безготівкові гроші та навпаки (з дотриманням встановлених обмежень) дозволяє організовувати розрахунки за операціями з цифровими фінансовими активами та безпечно інтегрувати їх у загальні системи розрахунків та безготівкових переказів. Це сприятиме розробці та впровадженню інноваційних продуктів і технологій компаніями фінансового та реального секторів; цілодобовий доступ на єдиних умовах.

На відміну від платіжних карток та інших безготівкових платіжних інструментів, які пропонуються комерційними установами на встановлених ними умовах, цифрові валюти будуть пропонуватися Центральним банком на єдиних умовах і можуть надаватися як спосіб оплати 24/7; можливість використання в автономному режимі. Для цифрової валюти повинен бути передбачений офлайн-режим, у якому користувачі зможуть виконувати основні види операцій, наприклад, переказувати гроші іншим користувачам або оплачувати покупки в магазині без доступу до Інтернету.

Впровадженням ЦВЦБ займаються як Центральний банк, так і банки-посередники. Фінансова інфраструктура повинна забезпечувати надійність та гнучкість платежів і може базуватися на класичних централізованих базах даних або технології розподіленого реєстру з обмеженим доступом. Центральні банки розглядають можливість використання технології розподілених реєстрів або традиційних баз даних для реалізації центрального банківського обслуговування.

Наразі НБУ досліджує та розробляє такі можливі варіанти впровадження електронної гривні залежно від її основних характеристик [6]:

1) е-гривня для роздрібних безготівкових розрахунків з можливою функцією “програмованих” грошей: для здійснення цільових соціальних виплат, зменшення витрат держави на управління та контроль цільового використання коштів, а також використання технології смартконтрактів для програмування різноманітної логіки розрахунків залежно від настання тих чи інших обставин та фактів;

2) е-гривня для використання у сфері, що пов'язана з обігом віртуальних активів (наприклад, для обміну, надання трансляцій та іншої діяльності з віртуальними активами);

3) е-гривня дозволить здійснювати транскордонні платежі швидше, дешевше та прозоріше.

У підсумку проведемо SWOT-аналіз, щоб визначити сильні та слабкі сторони, а також можливості та проблеми у впровадженні цифрових валют центрального банку (див. рис.).

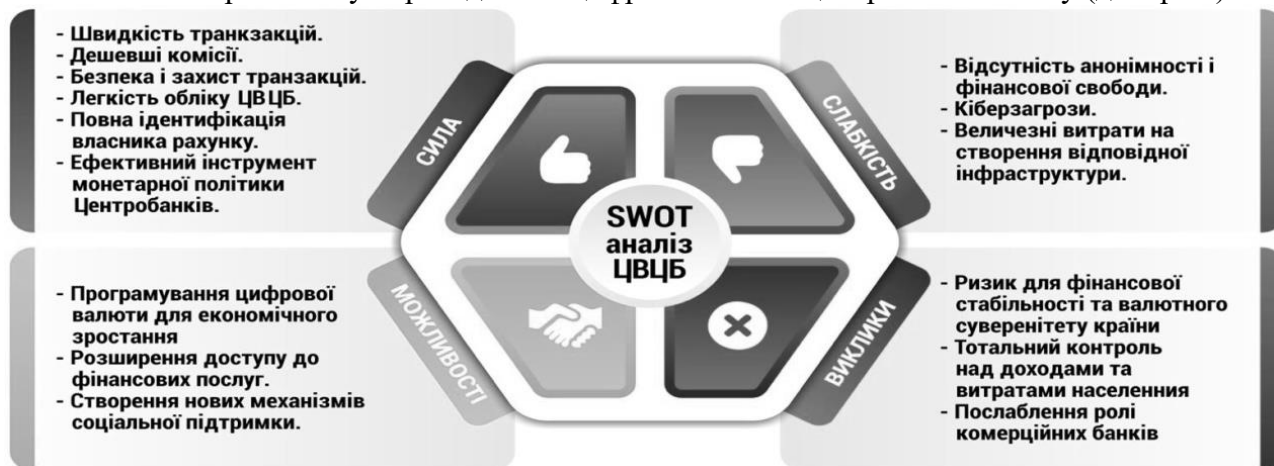


Рис. SWOT-аналіз можливих наслідків впровадження ЦВЦБ

Сила і можливості полягають в тому, що це цифрова валюта, яку випускає Центральний банк держави. Це дозволяє державі контролювати валюту та зменшити ризик фінансових труднощів. ЦВЦБ можна використовувати для зменшення витрат на платіжні операції, а також може знизити ризик фінансового шахрайства, оскільки всі транзакції реєструватимуться в централізованій системі.

Слабкість і виклики ЦВЦБ полягають в тому, що це централізована система, контрольована державою. Це може призвести до додаткових обмежень та регуляцій щодо використання цієї валюти. Крім того, якщо систему буде зламано, валюта може стати непридатною для використання.

Список використаних джерел

1. BIS Central bank digital currencies 2018. URL: <https://www.bis.org/cpmi/publ/d174.pdf>
2. IMF More than half of the world's central banks are exploring or developing digital currencies 2022. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/fandd/issues/2022/09/Picture-this-The-ascent-of-CBDCs>
3. BIS Ready, steady, go? – Results of the third BIS survey on central bank digital currency 2021. URL: <https://www.bis.org/publ/bppdf/bispap114.pdf>
4. Digital currencies, monetary sovereignty, and U.S.–China power competition 2022. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/poi3.302>
5. IMF Opening Remarks at Peer-Learning Series on Digital Money/Technology: Central Bank Digital Currency and the Case of China 2022. URL: <https://www.imf.org/en/News/Articles/2022/07/07/sp070722-central-bank-digital-currency-and-the-case-of-china>
6. Про е-гривню – цифрові гроші Національного банку. URL: <https://bank.gov.ua/ua/payments/e-hryvnia>

УДК 330.341

ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК КРАЇНИ

Руф Корнієнко

rutinakornienko@gmail.com

*Черкаський державний бізнес-коледж, м. Чекраси, Україна
Науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки,
управління та адміністрування Анжела Грилицька*

Цифрова економіка не лише відображає зміни в технологічній сфері, але й пронизує всі аспекти суспільства, від економіки до культури. Вона стала не просто доповненням до традиційних економічних моделей, але й суттєвою силою, що перетворює їх. Цифрові технології, такі як штучний інтелект, інтернет речей, блокчейн та інші, відкривають нові можливості для бізнесу, а також впливають на способи спілкування, освіти та розваг.

Розвиток цифрової економіки визначається не лише технічними досягненнями, але й станом законодавства, інфраструктурою та кадровим потенціалом. Вона стає каталізатором для інновацій та підприємництва, сприяючи створенню нових ринків і бізнес-моделей. Країни, які успішно інтегрують цифрові технології у свою економіку, мають перевагу в умовах глобальної конкуренції.

У контексті глобальної економіки, цифрова трансформація виявляється не лише у використанні передових технологій у виробництві, але й у створенні нових форм споживчого співтовариства та взаємодії між бізнесом і споживачем. Вона змінює способи виробництва, розповсюдження товарів і послуг, а також споживацькі практики, пристосовуючись до вимог сучасного світу [1].

Цифрова економіка впливає на всі сфери життя суспільства, від організаційних процесів у великих корпораціях до побутових рішень кожного індивіда. Вона змінює уявлення про працю, освіту, розваги та спілкування, створюючи нові можливості і виклики. Розвиток цифрової економіки є необхідним для забезпечення сталого економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності країни в умовах постійної зміни технологічного ландшафту та глобалізації.

Цифрова економіка впливає на економіку країни у різних аспектах, прискорюючи розвиток та змінюючи її структуру [4]:

- Зростання ВВП: Впровадження цифрових технологій стимулює інновації та розвиток нових галузей економіки. Це призводить до збільшення обсягу виробництва товарів і послуг, що в свою чергу сприяє зростанню ВВП країни.

- Підвищення продуктивності праці: Автоматизація рутинних завдань та використання штучного інтелекту дозволяють оптимізувати виробничі процеси та підвищувати їх ефективність. Це призводить до збільшення продуктивності праці та зниження витрат на виробництво.

- Збільшення конкурентоспроможності: Підприємства, які впроваджують цифрові технології, стають більш конкурентоспроможними на глобальному ринку. Вони можуть швидше реагувати на зміни в попиті, швидше впроваджувати нові продукти та послуги, а також зменшувати витрати завдяки оптимізації процесів.

- Створення нових галузей економіки: Розвиток цифрової економіки призводить до появи нових галузей, таких як електронна комерція, фінансові технології (FinTech), освітні технології (EdTech), медичні технології (MedTech) та інші. Ці галузі стають важливими джерелами економічного зростання та створюють нові робочі місця для населення.

В цілому, цифрова економіка відкриває перед країною широкі можливості для розвитку, але вимагає від уряду, бізнесу та суспільства в цілому активної підтримки та адаптації до нових умов.

Цифрова економіка впливає на соціальну сферу, змінюючи способи спілкування, отримання освіти та доступ до державних послуг:

- Підвищення доступу до інформації та освіти: Цифрові технології роблять інформацію та освіту більш доступними для людей з різним рівнем доходу та місцем проживання. Інтернет дозволяє отримувати доступ до навчальних матеріалів, онлайн-курсів та іншої корисної інформації з будь-якого куточка світу [2].

- Розвиток електронних державних послуг: Цифровізація державних послуг робить їх більш доступними, зручними та прозорими для громадян. Люди можуть отримувати різноманітні документи, подавати заявки та звертатися до органів влади онлайн, що заощаджує їм час та зусилля.

- Створення нових робочих місць: Цифрова економіка створює нові робочі місця, які потребують нових знань і навичок. Розвиток секторів, таких як інформаційні технології, програмування, аналітика даних та інші, відкриває широкі можливості для заняття населенням.

- Зміна структури зайнятості: Зростає потреба в кваліфікованих фахівцях з цифрових технологій. Люди, які мають навички у сфері ІТ та інформаційних технологій, знаходять більше можливостей для працевлаштування та кар'єрного росту.

У цілому, цифрова трансформація суспільства відкриває нові можливості для полегшення життя громадян, покращення якості послуг та розвитку економіки в цілому. Однак важливо забезпечити рівний доступ до цифрових можливостей для всіх верств населення та вирішити проблеми, пов'язані з цифровим розривом.

Цифрова економіка впливає на культурну сферу, перетворюючи та збагачуючи її через нові можливості та виклики:

- Розвиток онлайн-культури: Зростає популярність онлайн-концертів, виставок, музеїв, театрів та інших культурних подій. Цифрові технології дозволяють людям отримувати доступ до виставок та концертів з будь-якої точки світу, що розширює можливості споживання культурних продуктів.

- Зміна способу життя: Цифрові технології змінюють спосіб спілкування, дозвілля, навчання та роботи людей. Люди все частіше використовують цифрові платформи для комунікації, відпочинку, навчання та виконання робочих завдань.

- Збереження культурної спадщини: Цифрові технології використовуються для збереження та популяризації культурної спадщини. Цифрові архіви, віртуальні музеї, цифрові колекції та інші інструменти дозволяють зберегти та відтворити культурні артефакти для майбутніх поколінь.

Цифрова трансформація культурної сфери відкриває нові можливості для розвитку та збереження культурної різноманітності, але також породжує питання щодо доступності культурних ресурсів, цифрового не рівноправ'я та збереження приватності в онлайн-середовищі [3].

Отже, значущість цифрової економіки для країни та визначити ключові напрямки для успішного її розвитку. Цифрова економіка стала не лише новим етапом в економічному розвитку, але й справжнім каталізатором змін у всіх сферах життя суспільства. Вона реформує та трансформує економіку, соціальні структури та культурні цінності, відкриваючи перед країною безліч можливостей, але й викликів. Розвиток цифрової економіки має бути визнаний як стратегічний пріоритет для України. Це вимагає комплексного підходу та дієвих заходів, спрямованих на створення сприятливого інвестиційного клімату, розвиток цифрової інфраструктури, підготовку кваліфікованих кадрів та підвищення рівня цифрової грамотності населення.

Створення сприятливого інвестиційного клімату є ключовим для залучення інвестицій у цифрові технології та розвитку інноваційного сектору економіки. Це передбачає створення прозорих та стабільних правових умов, заохочення підприємництва та інноваційних ініціатив, а також зменшення бюрократичних бар'єрів. Розвиток цифрової інфраструктури є

основою для забезпечення доступності та ефективності цифрових послуг для громадян та бізнесу. Це охоплює розбудову швидкісних інтернет-мереж, впровадження сучасних технологій зв'язку та забезпечення кібербезпеки. Підготовка кваліфікованих кадрів є необхідною умовою для успішного впровадження цифрових технологій у всі галузі економіки. Це передбачає розвиток системи освіти та навчання, адаптацію навчальних програм до потреб сучасного ринку праці та стимулювання навчання у галузі ІТ та інших цифрових технологій.

Підвищення рівня цифрової грамотності населення є важливим для забезпечення рівних можливостей доступу до цифрових технологій та послуг. Це передбачає проведення інформаційних кампаній, організацію навчальних курсів та тренінгів з цифрових навичок, а також розвиток доступної та зрозумілої інформації про цифрові можливості. Успішний розвиток цифрової економіки вимагає спільних зусиль уряду, бізнесу, освітніх установ та громадських організацій. Тільки завдяки цьому співробітництву Україна зможе впевнено крокувати у майбутнє, використовуючи потенціал цифрових технологій для досягнення економічного процвітання та покращення якості життя населення.

Список використаних джерел

1. Національна рада з питань розвитку цифрової економіки України. URL: <https://nerc.gov.ua/>
2. Державна служба статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>
3. Пищуліна О. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. Київ. Центр Разумкова. 2020. С. 274.
4. Олешко Т.І., Касьянова Н.В., Смерічевський С.Ф. Цифрова економіка: підручник. Київ. НА. 2022. С. 200.

УДК:65.053.3:31.153

ЦИФРОВІЗАЦІЯ В АНАЛІЗІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ: ЇЇ ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ.

Корнієнко Руф

rutinakornienko@gmail.com

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

У сучасному світі швидкі зміни в технологіях перетворюють не лише спосіб, яким ми живемо, але й спосіб, яким бізнеси функціонують. Впровадження цифрових інновацій стає необхідністю для суб'єкта господарювання у всіх секторах економіки. Цифрові технології змінюють підходи до ведення бізнесу, збору та аналізу даних, а також управління їх ресурсами. Одним з ключових аспектів цифрової трансформації є її вплив на аналіз господарської діяльності підприємств [1, с. 160-177].

Аналіз господарської діяльності включає в себе оцінку різних аспектів функціонування суб'єкта господарювання, таких як фінанси, виробництво, маркетинг, управління ресурсами та багато інших. Зрозуміння впливу цифрової трансформації на ці аспекти дозволить нам краще оцінити переваги та недоліки використання цифрового аналізу для суб'єкта господарювання.

Мета дослідження полягає у вивченні впливу цифрової трансформації на процес аналізу господарської діяльності суб'єкта господарювання. Ми прагнемо виявити переваги та недоліки цифрового аналізу, а також розуміти, як цифрові інструменти можуть оптимізувати процеси управління для прийняття рішень.

У контексті швидкого розвитку технологій цифровізація стає ключовим фактором для підтримки конкурентоспроможності підприємств. Розуміння як позитивних, так і негативних аспектів цифрової трансформації стає невід'ємною частиною ефективного управління. Таким чином, дослідження впливу цифрової трансформації на аналіз фінансово- господарської діяльності має велике значення для сучасного бізнесу.

Цифровізація на сьогодні має значний вплив на аналіз господарської діяльності суб'єкта господарювання, проте має і переваги і недоліки.

Серед переваг можна виокремити такі як :

1. Ефективність аналізу:

Цифрові інструменти дозволяють збирати, обробляти та аналізувати великі обсяги даних швидко та ефективно, а автоматизація процесу аналізу дозволяє відчутно зменшити час, потрібний для проведення аналізу, та підвищити точність отриманих результатів.

2. Зростання прозорості:

Цифрові системи дозволяють створювати деталізовані звіти та візуалізації даних, що полегшує зрозуміння господарської діяльності, а зрозумілість та доступність даних сприяють покращенню прийняття управлінських рішень та підвищенню контролю за всіма процесами.

3. Інновації та конкурентоспроможність:

Цифрові технології дозволяють впроваджувати інноваційні підходи в аналіз та стратегічне планування. Повніші та точніші дані можуть виявити нові можливості для оптимізації процесів та забезпечити перевагу над конкурентами.

4. Додатково:

Програмні засоби для аналізу фінансових планів і бюджетів надають суб'єктам господарювання можливість проводити детальний розбір фінансових даних, розраховувати показники ефективності та проводити сценарний аналіз. Завдяки цьому, вони можуть оцінювати різні варіанти розвитку подій, використовуючи різні сценарії та вхідні параметри, що дозволяє виявляти ризики та розробляти стратегії їх управління. [2, с. 3].

Серед недоліків:

1. Вартість та складність впровадження:

Цифрові системи часто потребують значних інвестицій у впровадження та навчання персоналу, а складність інтеграції з існуючими системами та процесами може ускладнити перехід до цифрового аналізу.

2. Проблеми безпеки даних:

Збільшення кількості цифрових даних також призводить до збільшення ризиків порушення економічної безпеки та витоку інформації, що може призвести до фінансових втрат та порушення репутації через недостатню захищеність цифрових систем.

3. Необхідність у навичках та знаннях:

Використання цифрових інструментів вимагає високого рівня технічної компетентності у персоналу, і не всі працівники можуть мати необхідні навички для ефективного їх використання [3, с. 153-157].

Отже, проаналізувавши вплив цифрової трансформації на аналіз господарської діяльності суб'єкта господарювання виявлено, що використання цифрових інструментів значно полегшує процес збору, обробки та аналізу даних, забезпечуючи швидше та більш точне прийняття ефективних управлінських рішень. Вагомою перевагою застосування цифрового аналізу для суб'єктів господарювання є підвищена ефективність, зростання прозорості та інноваційність управління [4, с. 379].

Проте, разом з цими перевагами, виявлені й недоліки цифрової трансформації. Висока вартість впровадження та складність інтеграції з існуючими системами можуть бути значними перешкодами для бізнесу. Також важливо враховувати проблеми фінансово-економічної безпеки даних та необхідність у навичках та знаннях для ефективного використання цифрових інструментів.

Тому, для успішної цифрової трансформації суб'єктам господарювання важливо

уважно зважати на переваги та недоліки цифрового аналізу, враховувати їх при прийнятті стратегічних управлінських рішень та постійно підтримувати розвиток навичок персоналу у цифровій сфері. Тільки таким чином вони зможуть максимально використовувати потенціал цифрової трансформації для підвищення своєї конкурентоспроможності та досягнення стратегічних цілей.

Список використаних джерел

1. Дубина, М., Холявко, Н., Попело, О. Цифровізація ринку фінансових послуг: переваги та ризики для домогосподарств. 2022. С. 160-177. URL: [Цифровізація ринку фінансових послуг: переваги та ризики для домогосподарств | Науковий вісник Полісся \(stu.cn.ua\)](https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-09-02) (дата звернення: 03.05.2024)
2. Здір, В., Ткаченко А., Бразілій Н. Роль цифрових технологій для ефективного фінансово-облікового управління суб'єктів господарювання, 2024. С. 3. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-09-02> (дата звернення: 03.05.2024)
3. Еліас, Ф. Р. К. Цифровізація бізнес-процесів аграрних підприємств: переваги та недоліки. *Підприємництво та інновації*, 2023. № 29. С. 153-157.
4. Кушнір, Л. Цифровізація економіки: переваги та недоліки. Трансформація податкової та обліково-аналітичної систем в контексті сучасних кризових явищ: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. м. Чернівці, 2021. С. 379. URL: [konf_20_05_2021.pdf \(chtei-knteu.cv.ua\)](https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-09-02) (дата звернення: 03.05.2024)

УДК 004:[330.341.1:316.3

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Анастасія Лепетко
asiklepetko@gmail.com

Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна
Науковий керівник: доктор екон. наук, професор Ірина Височин

У сучасну епоху світового економічного та суспільного прогресу особлива увага приділяється використанню потенціалу інформаційних баз даних та ефективному управлінню величезними обсягами переданих даних. Крім того, велика увага приділяється ретельному аналізу та оцінці бізнес-операцій. Цифровізація відіграє ключову роль у підвищенні продуктивності суспільного виробництва, забезпеченні послідовного економічного зростання та загального підвищення добробуту та рівня життя людей.

Цифровізація інформації забезпечує розробку різних продуктів і послуг. Ці пропозиції надають людям можливість брати участь у широкому діапазоні соціально-економічних заходів, включаючи, але не обмежуючись, наукові дослідження, освіту, охорону здоров'я, управління бізнесом, юридичну підтримку та рекламу. Крім того, цифрова трансформація дозволяє створювати системи електронного уряду, сприяючи ефективній економічній діяльності та покращуючи загальну якість життя.

Дослідження цифровізації охоплює розкриття справжньої природи цифровізації, характеристик цифрового подання інформації, а також передумов і потенційних позитивних результатів цифровізації України. Роз'яснення взаємозв'язків між поняттями «цифрування», «цифровізація», «цифрова економіка» та «цифрова трансформація» має на меті розробку бізнес-моделей, розширення методів оцінки масштабів цифрування в Україні та відкриття нових можливостей для використання цифрові технології в бізнесі й створення нових

цінностей. Цей процес також передбачає визначення віртуальних джерел прибутку, які виникають у результаті таких зусиль.

Цифровізацію можна розглядати в широкому і вузькому значенні. Цифровізація в широкому розумінні – це процес впровадження цифрових технологій та систем передачі на рівні телекомунікаційних мереж, засобів комутації та управління, що забезпечують передачу й розподіл потоків інформації в цифровій формі. Цифровізація у вузькому значенні – це процес переходу з аналогової форми подання інформації на цифрову [1].

Перетворення інформації в цифровий формат розглядається як метод поліпшення різних приватних сторін життя. О. М. Петренко вивчав вплив діджиталізації на соціально-економічні процеси, такі як зайнятість, освіта, охорона здоров'я, державне управління тощо. Під цифровізацією в широкому сенсі розглядається сучасний загальносвітовий тренд розвитку економіки та суспільства, який стимулює їхній ефективний розвиток, покращує якість життя населення [2].

Цифровізація дає змогу створювати цілісні технологічні «середовища проживання», в межах яких користувач може створювати для себе екосистеми, що включають технологічні, інструментальні, методичні, документальні, партнерські, а також великі бази кадрових, технічних, матеріальних, маркетингових даних для вирішення завдань. Цифрові інновації відображають природу, процес і результат, а також довгострокові та короткострокові соціальні, економічні ефекти та наслідки їх культурних пропозицій. Вони здійснюються шляхом використання таких стратегій:

- розробка нової технологічної стратегії в рамках існуючого бізнес-контексту;
- вибір, прийняття та впровадження нового програмного забезпечення або платформи;
- еволюційний перехід від аналогових до цифрових процесів.

Для збереження своїх конкурентних позицій на глобальному цифровому ринку, компанії повинні розвиватися та впроваджувати цифрові інновації, які приносять безліч переваг. Серед них можна виділити оптимізовані бізнес-процеси, що виникають за допомогою автоматизації, SaaS (Software as a Service – це бізнес-модель розгортання та реалізації програмного забезпечення, при якому постачальник (провайдер) розробляє додаток, ліцензує його, управляє ним, і надає споживачам (бізнес-клієнтам) доступ до ПЗ через Інтернет [3]) та інших інтегрованих технологічних рішень; цифрові рішення, які зменшують витрати, підвищують рентабельність та збільшують доходи. Використання цифрових інновацій компаніями, що зацікавлені у своєму розвитку, дозволяє отримати додаткові конкурентні переваги. Однак, можливі недоліки включають можливість завдання шкоди основній діяльності компанії через зростання кіберзлочинності, відставання у використанні новітніх інформаційних технологій та недостатнє фінансування НДДКР в Україні.

Структурована презентація навичок цифрової економіки допомагає визначити потреби організацій і громадян у нових навичках економічної діяльності, які використовуються для знаходження підходів до ефективного управління своєю підготовкою та підготовки фахівців.

Особливості цифрової інформації включають різноманітність фізичних принципів, що використовуються для її подання, запам'ятовування та передавання. Це дозволяє зашифрувати повідомлення, передати його в зашифрованій формі та знову розшифрувати. Інформацію також можна передавати за допомогою різних матеріальних носіїв. Копіювання та поширення цифрової інформації здійснюється без втрати точності. Також цифрова інформація може бути збережена з високою щільністю та передаватися з великою швидкістю, при цьому не змінюючись або не зникаючи при споживанні. Цифрові технології також виявляються більш ефективними порівняно з аналоговими. Ці особливості цифрової інформації спричинили розвиток наукового напрямку «цифрова економіка», який використовує математичні методи та моделі, засновані на цифровому форматі інформації та її властивостях. Приклади застосування цифрової економіки включають логістику,

геотехнології, сучасні банківські послуги та забезпечення інформаційної безпеки. Цифрова економіка може бути розглянута як економіка, яка активно розвивається за допомогою цифрових технологій.

У цьому визначенні основною особливістю цифрової економіки є вплив прогресу на розвиток цифрових інновацій. Поняття «цифрова економіка» має безліч визначень, які розглядають різні аспекти цифровізації національної економіки. Наприклад, вони включають використання інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), взаємодію з ІКТ різних видів, використання інтернету, мобільних і сенсорних мереж, можливостей онлайн-роботи, електронного документообігу, сучасних електронних каналів зв'язку, способів обліку та зберігання інформації, а також створення нових бізнес-моделей, ринків і споживачів. Цифрову трансформацію розглядають як процес перетворення бізнесу шляхом перегляду бізнес-стратегії або цифрової стратегії, моделей, операцій, продуктів, маркетингового підходу, цілей тощо, шляхом застосування цифрових технологій [4].

Україна активно розвиває цифрову економіку, що передбачає використання інформаційних технологій, створення нових продуктів і цінностей, а також надає конкурентні переваги на ринку. Уряд країни приймає широкомасштабні заходи для розвитку цифрового сектора економіки, впроваджує системи електронного документообігу, розвиває електронні платежі та поліпшує нормативно-правову базу в галузі електронної комерції. Цифрова економіка використовує швидко розвиваючі інформаційно-технологічні платформи, що вимагає створення нових моделей таких платформ. Застосування інформаційних технологій сприяє перетворенню системи виробництва, створенню нових бізнес-моделей і підвищенню продуктивності праці. Уряд України та Європейський Союз підписали нову Програму підтримки електронного урядування та цифрової економіки в Україні. За реалізації форсованого сценарію Україна до 2030Е стане європейським лідером у галузі інновацій та нових технологій, перетвориться на інтелектуальний хаб, де буде створено найпривабливіші в регіоні умови для розвитку потенціалу людей (65% — частка цифрової економіки в загальному ВВП України в 2030Е; 99,9% українських домогосподарств мають широкопasmовий доступ до мережі Інтернет (ШСД); 100% — покриття території України 4G–5G; 99% усіх автомобільних і залізничних магістралей та 95% сільської місцевості покрито технологіями мобільного Інтернету; 99,9% громадян мають цифрову ідентифікацію (citizen-card, Mobile ID) та технічні можливості користуватися довірчими послугами тощо) [5].

В Україні вважається доцільним виділення інновацій як національного пріоритету. Цю мету необхідно досягти, використовуючи не тільки державну підтримку окремих науково-дослідних секторів та галузей економіки, але й шляхом створення стимулів для інновацій та виходу на нові ринки економічних суб'єктів, що сприяють створенню та розвитку інноваційних кластерів. Джерело [6] оприлюднило рейтинг 25 кращих українських компаній, які є лідерами по впровадженню цифрових технологій. До нього увійшли компанії з різних галузей економіки, які успішно реалізують програми діджиталізації і впроваджують цифрові технології, а також бізнес, який спеціалізується на цифрових продуктах і послугах. При відборі враховувалися масштаби діяльності у сфері діджиталізації, її важливість для посилення технологічного потенціалу України, а також обсяги відповідних інвестицій - уже здійснених і запланованих. Серед лідерів рейтингу є як великі приватні, так і державні компанії, а також Міністерство цифровий трансформації. Зокрема, лідерами по впровадженню цифрових технологій видання назвало компанії «Нафтогаз», «Київстар», «УкрАВТО», «Дарниця», «Кернел», «TIS», Linkos Group, EPAM, а також банки «Укргазбанк» і ПУМБ [6].

Пріоритетними напрямками розвитку ІКТ та формування цифрової економіки є наступні:

- модернізація сфери інформаційно-комунікаційних технологій з урахуванням світових та місцевих досягнень у галузі нанотехнологій, генної інженерії, NBIC-конвергенції,

інформаційних та біотехнологій, спрямованих на розвиток інтелектуальних здібностей людини;

- розробка сучасних багатокомпонентних матеріалів на основі фотоніки, робототехніки, оптоінформатики;
- боротьба з кіберзлочинністю, зміцнення інформаційної безпеки в Інтернеті;
- правове регулювання у сфері надання вільного доступу громадянам до інформації та забезпечення економічної та державної безпеки;
- розвиток можливостей фрілансу;
- регулювання та підтримка процесу становлення цифрової економіки у всіх секторах національного господарства.

Список використаних джерел

1. Johnston H., Land-Kazlauskas C. Organizing on-demand: Representation, voice, and collective bargaining in the gig economy. Geneva: ILO. 2019.
2. Петренко О. М. Вплив диджиталізації на суспільство: виклики та можливості: підручник. Видавництво "Академія". 2023.
3. Golden B. SaaS for Dummies. URL: <https://upendravarma.com/saas-for-dummies/>
4. Струтинська І.В. Шлях вітчизняних бізнес-структур до цифрової трансформації. URL: <https://doi.org/10.32843/bses.46-22>.
5. Український інститут майбутнього: Україна 2030е — країна з розвинутою цифровою економікою. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html>
6. Названі кращі компанії України у сфері діджиталізації. URL: <https://ukranews.com/ua/news/706881-vydannya-vlast-deneg-oprylyudnylo-rejtyng-25-krashhyh-ukrayinskyh-kompanij-yaki-ye-lideramy-po>.

УДК 33:004.9]:005.591.6

РОЛЬ ЦИФРОВІЗАЦІЇ В РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

Тетяна Литвинчук, Олександра Луценко

egohrirbrkrjr@gmail.com tanalitvincuk9@gmail.com

Ірпінський фаховий коледж економіки та права, м. Ірпінь, Україна

Науковий керівник: Руслана Васека, викладач

На сьогодні цифровізація є невід'ємною та важливою частиною в розвитку української економіки. Вона дозволяє використовувати нові інноваційні можливості та відкриває широкі перспективні напрямки для громадян, суспільства та держави загалом. Відповідно до ІТ-глосарію Gartner, «Цифровізація — це процес переходу від аналогової форми до цифрової» [1].

Згідно з висновками проведеного дослідження концептуальних засад цифрової трансформації освіти, поняття «оцифрування», «цифровізація» та «цифрова трансформація» мають різне змістовне наповнення, хоча часто можуть використовуватись взаємозамінно. У доповіді буде неодноразово згадано поняття «оцифрування», тож хотілось би зазначити, що згідно з вищевказаним дослідженням під оцифруванням прийнято вважати перенесення даних до цифрової форми, що означає, що поняття оцифрування є включеним до поняття цифровізації [2].

Окрім розвитку економіки цифровізація також відіграє надзвичайно важливу роль і в суспільно-політичному житті усіх високорозвинених країн. Однак в Україні, ці темпи значно повільніші. Це в свою чергу може понести за собою негативні наслідки для країни, такі як

втрата своїх позицій та можливостей на світовому ринку, невикористаного потенціалу та недостатнього його розкриття у сфері інформаційно - цифрових технологій. Тож на сьогодні дуже важливо знайти ефективні шляхи впровадження цифрових технологій у всі сфери діяльності, такі як, промисловість, медицина, сфера обслуговування, освіта, та особливо - в економічну сферу.

Виходячи з визначення цифровізації, можна виділити кілька основних переваг цифровізації, а саме: оцифрування якнайбільшої кількості державних реєстрів, цифровізація надання державних послуг, що несе за собою ряд позитивних для економіки наслідків, таких як можливість зниження рівня корупції за рахунок збільшення «Прозорості» державних закупівель і витрат; Збільшення попиту користування цифровими технологіями, що призведе до розвитку цифрових навичок у населення; Оцифрування забезпечить автоматизацію деяких рутинних процесів, таких як введення та обробка даних. Також, на думку експертів міжнародного наукового журналу «Інтернаука», новітні технології, такі як штучний інтелект, призведуть до змін на ринку праці, а саме збільшення робочих місць в інформаційно-технологічному сегменті, та зменшенню в деяких інших галузях [3].

За даними досліджень McKinsey, вдала цифровізація покращує продуктивність праці на 55% і скорочує час виходу на ринок на 40%. Однак тільки 16% організацій, які впроваджують цифрову трансформацію, заявили про зростання продуктивності [4]

З цього можна вивести перший серйозний ризик цифровізації економіки: підприємства визначають цифровізацію ключовим фактором розвитку, не використовуючи інші інструменти, що потребують людського втручання, покладаючись лише на цифрові технології. І, згідно згаданих вище статистичі, найімовірніше зазнають краху. Серед ризиків цифровізації можна виділити зростання рівня безробіття. Як було згадано вище, цифровізація сприяє утворенню робочих місць у інформаційно-технологічній сфері, але через автоматизацію деяких процесів, велика кількість фахівців можуть втратити робочі місця. Також серйозним ризиком є розвиток кіберзлочинності – піратство, злом паролів, крадіжка персональних даних та доступ до банківських рахунків стає простішим при перенесенні великої кількості даних у «Цифру».

Виходячи з зазначених переваг та ризиків, можна вивести можливі шляхи розвитку цифрової економіки України. Згідно з Національною економічною стратегією на період до 2030 року, Україна в два - п'ять разів відстає від держав — членів ЄС за доступом до адміністративних послуг он-лайн, а рівень розвитку цифрових навичок у громадян вкрай низький, на що ця стратегія пропонує посилення цифровізації систем освіти, охорони здоров'я для більшого втручання цифровізації у різні сфери життя населення; Оцифрування якнайбільшої кількості державних реєстрів для підвищення використання цифрової інфраструктури; Усунення зазначених ризиків, а саме збір інформації про успішні приклади цифрової трансформації українського та іноземного бізнесу, поширення цієї інформації для підвищення вірогідності зростання підприємств після цифровізації деяких аспектів, впровадження організаційно-технічної моделі національної системи кібербезпеки. [5].

Підсумовуючи, можна зазначити, що на сьогодні цифровізація відіграє важливу роль в розвитку соціально-економічного життя суспільства в сучасному світі. Для України цифровізація може відіграти значну роль у шляху до модернізації економіки, а інтеграція цифрових інновацій допоможе у вирішенні внутрішніх та зовнішніх економічних викликів. Використовуючи унікальний потенціал ІТ-спеціалістів, країна має застосувати його на користь розвитку як світової, так і внутрішньої економіки. Проаналізувавши ряд переваг та ризиків, які надають економіці цифрові технології, для подальшого їх впровадження в усі сектори економіки потрібно усунути наявні перешкоди, які були зазначені вище, а саме звернути особливу увагу на кібербезпеку, розробляючи та впроваджуючи ефективні заходи для захисту від кіберзлочинності та злому даних. Спонукаючи підприємства брати до уваги соціально-економічні наслідки автоматизації та цифровізації, враховуючи можливі результати та запобігаючи великої втрати робочих місць для фахівців, розглядати цифрові

технології як один із інструментів розвитку, а не як єдине рішення.

Отже, згідно з вищезазначеним можна зрозуміти, що на данному етапі, цифрові технології української економіки у порівнянні мають доволі низький рівень, проте це не заважає їм об'єднуватися в глобальні економічні процеси, інтегруватися в різні сфери суспільного життя і змінювати глобальну економіку. Тому цифровізація є надзвичайно важливим та перспективним напрямом наукових досліджень, для постійного розвитку і перетворення в інтересах раціонального використання у практичній діяльності, адже саме цифрова економіка є основою удосконалення ефективного державного управління, бізнес - середовища, соціальної сфери й суспільства такої як промисловість, медицина, освіта, не тільки для України, а й для всього світу.

Список використаних джерел

1. Bloomberg, J. Digitization, digitalization, and digital transformation: confuse them at your peril. Forbes. Retrieved on August 28, 2019 <https://www.forbes.com/sites/jasonbloomberg/2018/04/29/digitization-digitalization-and-digital-transformation-confuse-them-at-your-peril/amp/>
2. Шпарик, О. Концептуальні засади цифрової трансформації освіти: європейський та американський дискурс. *Український Педагогічний журнал*. 2021. № 4. С. 65–76. <https://doi.org/10.32405/2411-1317-2021-4-65-76>
3. Гавриленко Н. Г., Тарасенко О.І. Сучасні тенденції цифровізації економіки: проблеми та перспективи розвитку. *Інтернаука. Серія : Економічні науки*. 2021. № 3 (47), Т. 1. С. 36-46. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19138/1/20211220_301.pdf
4. Цифровізація, ВВП і ЕДО: де зв'язок? *YouControl*. URL: <https://youcontrol.com.ua/articles/tsyfrovizatsiia,-vvp-i-edo-de-zviazok/>
5. Національна економічна стратегія на період до 2030 року. Кабінет Міністрів України. С. 253-275 URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/uploads/public/604/13e/648/60413e6481b69340709542.doc>

УДК 339.923

РОЗВИТОК ФІНАНСОВОГО РИНКУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Вікторія Мілєєва

vika.mileeva@ukr.net

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Науковий керівник: канд. екон. наук, доцент Оксана Близнюк

Наслідки кризи та посилення глобальних викликів, введення воєнного стану в Україні посилили увагу до питань доступності фінансових послуг і більш широкого використання дистанційного та безконтактного обслуговування. Цифровізація фінансового простору не лише знижує витрати, прискорює транзакції, робить їх безпечнішими та прозорішими, але й дає змогу використовувати фінансові продукти, пристосовані до потреб суб'єктів економічної діяльності, так і населення України.

Поширення цифрових технологій у бізнесі вимагає від фінансового ринку адаптації до нових умов. Поява цифрових технологій відкрила нові можливості для фінансових послуг і змінила способи, за допомогою яких бізнес та фізичні особи отримують доступ до таких послуг.

Варто зазначити, що саме цифровізація внесла певні корективи в систему економічних відносин держави. На сучасному етапі розвитку фінансовий ринок зазнає стрімких змін, зумовлених підвищенням рівня автоматизації, відкритості, персоналізації та

клієнтоорієнтованості. Впровадження новітніх технологій в економічному секторі та глобальна цифровізація фінансового ринку сприяли посиленню конкуренції на ринку та підвищенню рівня фінансової інклюзивності. Як наслідок, на ринку з'являються нові методи обслуговування клієнтів, що підвищують якість та швидкість обслуговування, усувають територіальні і часові бар'єри. Використання цифрових технологій та онлайн-каналів дає змогу споживачам швидко та легко отримати доступ до фінансових послуг, а постачальникам послуг – доступ до клієнтів незалежно від їх місця проживання.

Запровадження воєнного стану в Україні показало, наскільки необхідним для людей є дистанційний доступ до фінансових послуг. Саме тому найкращим вирішенням цього питання є надання споживачам можливості отримувати всі необхідні їм послуги дистанційно, щоб звести до мінімуму потребу відвідування різних фінансових установ. Споживачі можуть отримати доступ до фінансових послуг за допомогою різноманітних інструментів, включаючи мобільні додатки відповідних фінансових установ, сайти конкретних компаній, соціальні мережі та ін. Використання таких інноваційних технологій як: краудфандінг у сфері фінансових послуг, P2P кредитування, онлайн-скоринг, онлайн-банкінг, фінансовий блокчейн, майнінг цифрових валют, шерінг, формування цифрових цінних паперів, торгівля фінансовими інструментами забезпечують гарантію ефективної реалізації та успішної роботи системи дистанційного обслуговування споживачів [1, с. 589]. Всі ці технології в своїй сукупності дозволяють вивести на абсолютно новий рівень якість обслуговування клієнтів і значно спрощують взаємодію між фінансовими установами та їхніми клієнтами.

Серед ряду переваг цифровізації, що впливає на розвиток фінансового ринку, є:

- усунення бар'єрів для входу на фінансовий ринок – це дозволяє новим учасникам виходити на ринок і ставати більш конкурентоспроможними, що позитивно впливає на якість і ціну фінансових послуг;
- підвищення операційної ефективності та зниження витрат – цифрові технології дозволяють автоматизувати процеси, які раніше вимагали значних витрат часу та ресурсів; наприклад, автоматизація обліку та обробки даних, віртуальна робота та інтелектуальні системи можуть значно знизити транзакційні витрати.

До «цифрових» бізнес-моделей, які впливають на розвиток фінансового ринку відносяться: ринок цифрових валют, кредитування без посередників, краудфандінг, Інтернет-трейдинг, платформи обміну валют, платіжні сервіси, Інтернет-банкінг, мобільний банкінг, іншуртех, фінтех [2, с. 392].

Крім того, цифрові технології відкривають нові можливості для поширення фінансових продуктів і послуг. Наприклад, технологія «блокчейн» дозволяє створювати децентралізовані фінансові інструменти, тим самим забезпечуючи доступ до інвестицій з будь-якої точки світу. Криптовалюти, такі як біткойн, мають потенціал стати невід'ємними компонентами фінансової системи, забезпечуючи альтернативні засоби зберігання та переказу коштів.

Однак разом з новими можливостями, цифрові технології також несуть нові ризики та виклики. Наприклад, цифрова економіка потенційно збільшує ризик кібератак і зловживань персональними даними. Цифрові активи, що зберігаються на пристрої, можуть бути втрачені, а дані та цифрові гаманці – викрадені.

Інший ризик полягає в тому, що цифрові технології можуть не відповідати нормативним вимогам, що потенційно може призвести до низки юридичних проблем і скарг з боку споживачів та державних регуляторів. Існує також ризик того, що фінансові операції можуть не контролюватися належним чином, що призведе до проблем із відмиванням грошей. До того ж, регулювання фінансового ринку в контексті нових технологій та інновацій також може бути проблематичним.

Крім того, впровадження цифрових технологій на фінансовому ринку може призвести до перетворень на ринку праці, оскільки багато процесів стають автоматизованими. Однак

цифровізація створює нові можливості для розвитку людського капіталу в більш креативних та високоспеціалізованих напрямках.

Варто зазначити, що зростання ринку цифрових активів, зокрема криптовалюти, супроводжується високою волатильністю та нестабільністю їхньої вартості. Тому інвестори, які вкладають кошти в ці активи, можуть зазнати значних збитків.

Незважаючи на ці ризики, цифрова трансформація фінансового ринку має багато переваг. Цифровізація може значно знизити вартість обслуговування клієнтів, підвищити зручність і доступність фінансових послуг, забезпечити швидші й безпечніші фінансові операції та розширити можливості для інновацій у фінансовому секторі.

Таким чином, розвиток фінансового ринку в умовах цифровізації економіки має вирішальне значення як для окремих людей, так і для економіки загалом. Цифрові технології стимулюють проникнення інновацій у фінансовий сектор та сприяють підвищенню рівня інвестиційної привабливості країни. Цифровізація фінансового ринку передбачає активне насичення цифровими системами та продуктами. Одним із найважливіших завдань у цифровому середовищі є забезпечення безпеки основних інструментів цифрової економіки, що сприятиме подальшому розвитку цифровізації в країні та інтеграції цифрових фінансових технологій в основні сфери життя суспільства [1, с. 590]. Цифрові інновації сприяють підвищенню доступності фінансових послуг, покращують їхню якість та знижують витрати на їх надання. Цифровізація фінансового ринку створює нові інвестиційні можливості та підтримує економічне зростання.

Список використаних джерел

1. Черкасова М.В., Гончаренко О.М. Цифрова трансформація фінансового ринку України. *Репозитарій ДВНЗ «Київський національний економічний університет»*. 2021. С. 588–590. URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/37068/Smcf_123_1121.pdf?sequence=1
2. Гаряга Л. О. Розвиток фінансового ринку в умовах цифровізації економіки. *Бізнес Інформ*. 2018. №11. С. 392. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2018-11_0-pages-388_393.pdf

УДК 330.34

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Аліна Пархоменко

alina_parhomenko@ukr.net

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

Цифрові технології стають необхідним елементом розвитку сучасного суспільства, забезпечуючи більш інклюзивне середовище, ефективніше управління та розширення доступу до різноманітних послуг. Пандемія COVID-19 ще раз підкреслила їх важливість для забезпечення добробуту та економічного зростання [1], а воєнні дії в Україні внаслідок повномасштабного вторгнення росії, ще більше актуалізували необхідність розвитку та впровадження цифрових технологій у бізнес-середовище.

Процес цифрової трансформації в Україні, зокрема в бізнесі, розпочався задовго до повномасштабного російського вторгнення. З метою побудови цифрової держави з повністю електронними процесами, у 2019 році було створено Міністерство цифрової трансформації України, що визначило цей процес одним із пріоритетних у державній політиці нашої

держави. У функції міністерства входить відстеження динаміки розвитку вмінь і знань, пов'язаних з використанням інформаційних технологій та електронних пристроїв, а також впливу економічної ситуації на рівень цифрової безпеки для визначення напрямів подальшого розвитку цифрових навичок у громадян.

Так, за результатами дослідження Мінцифри, з 2019 до 2023 року частка інтернет-користувачів у загальній структурі населення збільшилась на 8% і становить 94%. Станом на 2023 рік цифрові навички має: 93% дорослого населення України 18–70 років (+8% з 2019 року); 95% підлітків віком 10–17 років; 99% людей з порушеннями слуху 18–59 років (+15% за 4 роки) [6].

Зростання рівня цифрової грамотності українського населення матиме позитивний вплив на розвиток національної економіки і, зокрема, бізнесу, оскільки сприятиме зростанню продуктивності праці і ефективності діяльності підприємств.

Масштабна цифровізація господарських процесів зумовлює необхідність трансформації українського бізнесу та передбачає впровадження сучасних технологій у бізнес-процеси і стосується не тільки обладнання та програмного забезпечення, але й забезпечує кардинальні зміни в управлінні, корпоративній культурі та комунікаціях. Такий підхід сприяє підвищенню продуктивності праці, задоволеності клієнтів та покращенню репутації бізнесу. Цифрова трансформація дозволяє організувати максимально персоналізовану взаємодію, що є важливим для багатьох клієнтів. Цей процес спрямований на підприємства, які оперативного приймають рішення, швидко адаптуються до змін у вимогах та задовольняють потреби своїх клієнтів [3].

Для бізнесу основною перевагою цифровізації є можливість розвиватися на інноваційній основі використовуючи:

- 1) хмарні технології, які дозволяють кільком командам працювати над одним проєктом одночасно та ефективно використовувати ресурси підприємства;
- 2) стратегії, які дозволяють підприємствам отримувати та монетизувати мобільний трафік, що вже перевищує трафік фіксованих пристроїв;
- 3) стандартні рішення, які дозволяють економити час при вирішенні завдань.

Широкий спектр додатків та розширень оптимізує роботу підприємства, мінімізуючи час, необхідний для впровадження та налаштування. Сьогодні цифрові технології впроваджуються в усі сфери життя, оскільки [1]:

- їх вартість значно знизилася, а спільно з хмарними послугами це зменшує витрати на старт бізнесу;
- вони допомагають знижувати витрати, підвищують продуктивність та забезпечують ефективніше управління;
- завдяки безкоштовному контенту і послугам вони стають доступнішими для користувачів, що сплачують лише за ту частину, яку вони використовують;
- вони можуть бути використані для створення унікальних продуктів, які повністю відповідають уподобанням клієнтів.

Незважаючи на позитивні аспекти цифрових трансформацій, перед українськими компаніями постають нові виклики, які потребують суттєвого переосмислення та ефективного вирішення (рис.1).

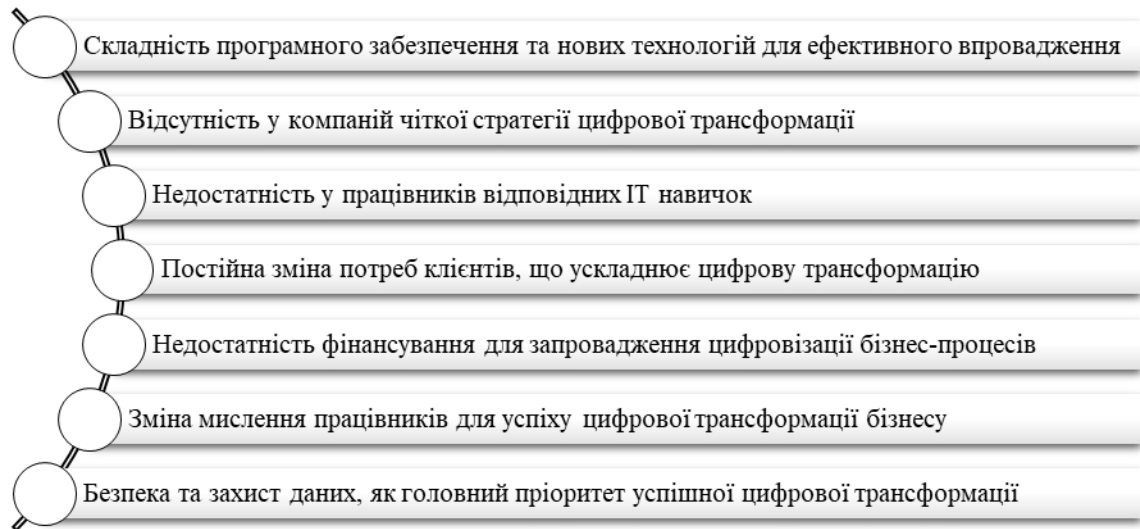


Рис. 1. Сучасні виклики цифрової трансформації бізнесу в Україні

Джерело: складено автором за даними [4]

Запровадження цифрової трансформації потребує розробки її нової моделі, що може включати п'ять ключових стратегій, які допоможуть компаніям подолати виклики цього процесу та реалізувати їх потенціал за допомогою нових цифрових систем і технологій (табл.1).

Таблиця 1

Ключові стратегії для подолання цифрових викликів

Стратегії цифрової трансформації	Можливість
Інвестування у цифрові платформи адаптації	Надасть організаціям інструменти для створення програм аналізу досвіду впровадження та постійної підтримки ефективності компанії. Цифрові платформи адаптації включають інтерактивні інтерфейси користувача з покроковими інструкціями та бази знань для пошуку відповідей на типові запитання.
Гнучкість управління в поточних умовах	Підприємствам необхідно бути гнучкими та не боятися змін. Вони повинні використовувати можливості, які виникають у процесі цифрової трансформації та бути відкритими до нових викликів.
Створення команди лідерів для керівництва змінами	Компанії повинні знайти впливових, інноваційних та довірених працівників та інтегрувати їх у команду змін. Ця команда допоможе створити бачення процесу цифрової трансформації, яке відповідає бізнес-цілям компанії.
Залучення консультантів з цифрової трансформації	Наймання консультанта з цифрової трансформації забезпечить бізнесу необхідний досвід професіоналів, які можуть керувати фундаментальними змінами в основних процесах інструментів та досвіду.
Поеднання бізнес-цілей зі стратегією цифрової трансформації	Підприємствам важливо зрозуміти свої бізнес-цілі та поєднати їх з процесом цифрової трансформації. Це допоможе покращити виконання обов'язків працівниками, взаємодію з клієнтами та збільшити дохід компанії.

Джерело: складено автором за даними [4]

Для подолання існуючих викликів цифровізації та посилення її сильних сторін на міжнародному та національному рівнях необхідно реалізувати наступні заходи [2]:

1) сприяти формуванню цифрової взаємодії між країнами світу шляхом розробки глобальних стандартів, які враховують економічні, політичні та культурні особливості країн;

2) зменшити цифровий розрив між країнами та в межах суспільства, зокрема між розвинутими та країнами, що розвиваються а також між різними соціальними та расовими групами;

3) створити доступні та надійні цифрові технології, які б підтримували малий і середній бізнес, забезпечуючи захист конфіденційності даних та недискримінаційні алгоритми.

4) заснувати міжнародну платформу для вирішення негативних аспектів цифрових технологій, забезпечення безпеки та конфіденційності;

5) підвищити ефективність статистичних систем для відстеження процесів впровадження цифрових технологій та їх соціально-економічних наслідків на всіх рівнях, зокрема на мікрорівні;

6) створити фонд підтримки для розвитку цифрової інфраструктури та технічної освіти в менш розвинутих країнах, з метою зменшення цифрового розриву.

Отже, цифрова трансформація бізнесу в Україні є не лише необхідністю, але й важливим кроком у забезпеченні конкурентоспроможності та стійкості національної економіки у сучасному світі. Пандемія COVID-19 та війна ще більше підкреслили актуальність цифрових технологій для ефективного управління та забезпечення добробуту людей. Одночасно, перед компаніями постають нові глобальні виклики, зумовлені цифровізацією, які ускладнюють адаптацію сучасного бізнесу до змінного середовища. Проте застосування ключових стратегій, таких як інвестування в цифрові платформи, гнучкість управління в поточних умовах, формування команди лідерів з управління змінами та інші, дозволить подолати ці виклики та реалізувати потенціал цифрових систем і технологій з максимально позитивним ефектом. Крім того, розробка національних та міжнародних заходів, спрямованих на зменшення цифрового розриву та підвищення безпеки і доступності цифрових технологій стають ключовими для успішного впровадження цифрової трансформації в українське бізнес-середовище. Для відновлення економіки України у повоєнний період необхідно активно розвивати цифрові навички населення та сприяти високотехнологічному розвитку країни. Це передбачає консолідацію зусиль у сфері вищої освіти для розвитку людського інтелекту та укладання партнерств з провідними закладами освіти та науки за кордоном. Підтримка та активне сприяння розвитку високих технологій, зокрема ІТ-галузі, може відігравати ключову роль у економічній трансформації країни та зміцненні її конкурентоспроможності на глобальному рівні. ІТ-сфера навіть під час воєнних подій продовжує демонструвати свою витривалість, утримуючи свій кадровий потенціал та ефективність. Розвиток цієї галузі може сприяти не лише відновленню економіки, а й забезпечити участь України у глобальних технологічних та цифрових трансформаціях.

Список використаних джерел

1. Маркевич К. Цифровізація: переваги та шляхи подолання викликів. Разумков центр: веб-сайт. 2021. URL: <https://razumkov.org.ua/statti/tsyfrovizatsiia-perevagy-ta-shliakhy-podolannia-vyklykiv> (дата звернення: 13.03.2024)

2. Канцур І. Г., Меліневський А. П., Супруненко С. А. Цифрова трансформація в управлінні бізнесом в умовах сучасних викликів. *Via Economica*. 2023. Вип. 3. С. 42-47. URL: <https://journals.rshu.rivne.ua/index.php/viaeconomica/article/view/54/51> (дата звернення: 15.03.2024)

3. Дюгованець О. М., Білоусько Т. Ю. Цифрова трансформація вітчизняного бізнесу: сучасні виклики в умовах російсько-української війни. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2023. Вип. 6 (06). С. 8-12. URL: <http://www.dees.iei.od.ua/index.php/journal/article/view/158/146> (дата звернення: 13.03.2024)

4. Савченко В. А. Сучасні виклики та загрози цифровій трансформації компаній. *Сучасний захист інформації*. 2023. №1(53). С. 6-11. URL: <https://journals.dut.edu.ua/index.php/dataprotect/article/view/2737/2631> (дата звернення: 15.03.2024)

5. Демків І. О., Трепет Н. М. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах цифровізації: нові виклики і можливості. *Scientific journal «Development Service*

Industry Management». 2023. №4. С. 112-117. URL: <https://dsim.khmnpu.edu.ua/index.php/dsim/article/view/70/50> (дата звернення: 15.03.2024)

6. Міністерство цифрової трансформації України. Дослідження цифрових навичок українців. URL: <https://osvita.diiia.gov.ua/research> (дата звернення: 27.03.2024)

УДК 37.012:004.4

РОЛЬ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ПРОЕКТАМИ: ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ

Анна Погоріла

pogorilaanna81@gmail.com

*Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна
Науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки,
управління та адміністрування Анжела Гриліцька*

Визначення ролі технологій в управлінні проектами щодо використання цифрових технологій є актуальною і важливою в сучасному світі. Основними причинами є ефективність та продуктивність: використання цифрових інструментів дозволяє підвищити ефективність та продуктивність управління проектами; автоматизація певних процесів, моніторинг завдань та ресурсів, інтеграція засобів спілкування - все це робить роботу команди більш організованою та швидкою; зменшення ризиків: цифрові інструменти дозволяють краще відстежувати ризики проекту і приймати вчасні заходи для їх зменшення чи уникнення; забезпечення спільної роботи: сучасні технології дозволяють командам працювати разом незалежно від їх географічного розташування; хмарні сервіси, спільні документи та проекти дозволяють всім членам команди бачити актуальну інформацію і спільно працювати над завданнями; аналіз та звітність: цифрові інструменти забезпечують можливість збирати та аналізувати дані проекту, що дозволяє керівництву приймати обґрунтовані рішення на основі фактів; вони також допомагають автоматизувати процеси формування звітності; інновації та конкурентні переваги: компанії, які використовують передові цифрові інструменти в управлінні проектами, можуть швидше реагувати на зміни на ринку та впроваджувати нові ідеї. Це дозволяє їм зберігати конкурентну перевагу.

Узагалі, розвиток технологій постійно надає нові можливості для управління проектами більш ефективно та результативно.

Наукові дослідження проводяться багатьма вченими та дослідниками в галузі управління проектами, імена деяких з них варто відзначити:

1. Омар Ільясов - відомий вчений у галузі управління проектами, який зосереджується на дослідженні ролі технологій, зокрема цифрових інструментів, у покращенні результативності та ефективності проектного менеджменту [1].

2. Дженніфер Холлідей - досліджує вплив цифрових інструментів на комунікацію та спільну роботу в управлінні проектами, а також їх роль у підвищенні ефективності командної роботи [2].

3. Карен Фергюсон - відомий своїми дослідженнями щодо використання цифрових інструментів в управлінні ризиками проектів та розробки стратегій мінімізації ризиків [3].

4. Марк Ланкастер - досліджує вплив цифрових інструментів на швидкість реакції на зміни в управлінні проектами та їх роль у забезпеченні конкурентоспроможності компаній [4].

5. Сьюзан Кларк - спеціалізується на аналізі впровадження цифрових інструментів в управлінні проектами та їх впливі на ефективність та результативність проектних процесів [5].

Ці вчені та багато інших дослідників вносять значний внесок у розуміння ролі технологій в управлінні проектами та впливу цифрових інструментів на сучасну практику

управління проектами. Їх дослідження допомагають розробляти стратегії впровадження технологій для підвищення ефективності та результативності управління проектами.

Роль технологій в управлінні проектами, зокрема використання цифрових інструментів, полягає у забезпеченні ефективності, швидкості та точності у виконанні проектних завдань. Ці інструменти дозволяють автоматизувати багато аспектів управління, таких як планування, відстеження прогресу, комунікація та аналіз даних. Вони сприяють зниженню ризиків, підвищенню продуктивності та покращенню співпраці між учасниками проекту. Цифрові інструменти також дозволяють керівникам проектів швидше реагувати на зміни та вдосконалювати стратегії управління, що робить їх незамінними у сучасному управлінні проектами.

Отже, роль технологій, зокрема використання цифрових інструментів, в управлінні проектами надзвичайно важлива. Ці інструменти дозволяють підвищити ефективність, знизити ризики та забезпечити більш швидку та точну обробку інформації. Вони сприяють покращенню комунікації, спільної роботи та аналізу даних, що робить управління проектами більш організованим і продуктивним. Завдяки цифровим інструментам керівники проектів можуть ефективніше керувати процесами, реагувати на зміни та досягати поставлених цілей. Тому використання цифрових інструментів в управлінні проектами є невід'ємною складовою успішного виконання проектів у сучасному світі.

Список використаних джерел

1. Башинська І.О., Каверіна С.Ю. Інформаційні технології в управлінні проектами. *Економіка і суспільство*. Випуск 10/2017. С. 883-887 URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/10_ukr/150.pdf
2. Вілфрід Т. Проектний менеджмент: конспект лекцій й семінарів. Тернопіль: Економічна думка. 2001. С. 95.
3. Василевська А.О. Роль інформаційних технологій в управлінні проектами. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки*. 2011. № 2. С. 139-142. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2011_2_31
4. Цифрові технології в освіті: сучасний досвід, проблеми та перспективи : монографія /відп. ред. д-рки екон. наук, проф. Т. А. Васильової, д-ра екон. наук, проф. Ю. М. Петрушенка. Суми: Сумський державний університет, 2022. С. 150. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/89990/1/Vasylieva_education.pdf;jsessionid=DB8656CB81271426825F2AA3B7A52BE4
5. Гуревич Р.С, Кадемія М. Ю., Опушко Н. Р., Ільніцька Т. С., Плахотнюк Г. М. Роль цифрових технологій навчання в епоху цивілізаційних змін. Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми. Т.62. 2021 DOI: 10.31652/2412-1142-2021-62-28-38

УДК 338.2

СТРАТЕГІЇ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ТА ЇХНІ НАСЛІДКИ ДЛЯ БІЗНЕСУ ТА ЕКОНОМІКИ

Вероніка Семерня

veronikasemern@yandex.com

*Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна
Науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки,
управління та адміністрування Анжела Грилицька*

У світі, де технологічні зрушення стають основною детермінантою економічного розвитку, стратегії діджиталізації набувають першочергового значення для бізнесу та

економіки. Діджиталізація — це не лише впровадження цифрових технологій, але й стратегічна перетворення в управлінні, виробництві та споживанні.

По-перше, стратегії діджиталізації суттєво змінюють бізнес-моделі. Традиційні компанії швидко реагують на зміни у споживчому попиті та технологічні нововведення, переходячи до цифрових платформ та розробляючи онлайн-сервіси. Це відкриває нові можливості для розвитку бізнесу та ринків, але також породжує конкуренцію та ризики для тих, хто не готовий до цифрових трансформацій. По-друге, цифрові стратегії дозволяють компаніям підвищити ефективність операцій та управління. Впровадження автоматизації, штучного інтелекту та аналітики даних допомагає підприємствам оптимізувати виробничі процеси, підвищувати якість продукції та послуг, а також зменшувати витрати на управління та обслуговування. По-третє, стратегії діджиталізації мають великий вплив на ринкову конкурентоспроможність. Компанії, які успішно впроваджують цифрові технології, мають перевагу перед конкурентами, оскільки вони можуть швидше реагувати на зміни в середовищі та задовольняти потреби клієнтів. Нарешті, впровадження стратегій діджиталізації має значний вплив на економіку в цілому. Воно стимулює інновації, створює нові ринки та бізнес-екосистеми, сприяє підвищенню продуктивності праці та зростанню ВВП. Однак воно також ставить питання щодо рівняння доступу до цифрових можливостей та міжнародного нерівносподілу.

Діджиталізація в Україні дуже прогресивна. Перші успішні приклади цифрової трансформації на світі датуються кінцем ХХ століття. З того часу цей процес проводять компанії по всьому світу, у всіх галузях, з різним рівнем складності. З великою ймовірністю можемо припустити, що кожна з них трансформується трохи по-іншому, у власний характерний спосіб. Проте з'являється кілька рис, характерних для організацій, які є ефективними в трансформації бізнесу. Клієнтоцентричність є двигуном цифрових трансформацій. Усі зусилля організацій з метою працювати ефективніше, результативніше, швидше, зводяться до забезпечення клієнтам кращих досвідів. Це безпосередньо перекладається на фінансовий показник, оскільки, як зауважив Джефф Безос: "Це клієнти оплачують зарплати нашим працівникам". Проте без справжньої орієнтації на клієнта діям компанії буде бракувати такої цінної для клієнтів автентичності [1]. Діджиталізація, яка представляє собою процес перетворення традиційних бізнес-моделей та процесів у цифровому форматі, має значний вплив на ефективність управління та вартість компанії. Дослідження Драган В.А. підкреслює, що нові інформаційні технології, які постійно розвиваються, допомагають підприємствам збільшувати ефективність своєї діяльності та забезпечувати якісні товари та послуги для споживачів. Діджиталізація стає каталізатором інноваційного розвитку, сприяючи гнучкості, реактивності та індивідуалізації продукції. Однак разом із цим з'являються нові виклики, такі як швидкі технологічні зміни та зміна переваг клієнтів. Цифрові технології також сприяють збільшенню капіталізації підприємств, оскільки умови глобалізації економіки роблять оцінку рівня капіталізації все більш важливою. Це стає можливим завдяки впровадженню нових технологій, таких як аналіз великих даних, Інтернет речей та хмарні технології, які стимулюють зміни в корпоративному секторі. Основні переваги використання цифрових технологій в управлінні підприємством включають оптимізацію робочих процесів, зменшення людського впливу, поліпшення умов праці, зменшення паперової роботи, підвищення точності інформації та зниження витрат на заробітну плату [2].

Науковці активно вивчають стратегії діджиталізації та їхні наслідки для бізнесу та економіки. Одним із провідних експертів в цій області є професор Майкл Портер, відомий своїми дослідженнями у галузі конкурентної стратегії. Портер розглядає діджиталізацію як інструмент для створення нових конкурентних переваг та перетворення традиційних галузей. Інший відомий науковець, Ерік Брайнолдсон, спеціалізується на дослідженнях в області цифрової трансформації та стратегічного управління. Він вважає, що ключовими чинниками успішної діджиталізації є глибоке розуміння бізнес-моделі компанії та здатність адаптуватися

до змін в конкурентному середовищі. Її думка є важливою в цьому контексті, є Анджела Макферсон, яка спеціалізується на вивченні впливу технологій на економіку та вважає, що успішні стратегії діджиталізації повинні зосереджуватися на створенні цінності для клієнтів, а також на оптимізації внутрішніх процесів компанії для підвищення продуктивності та конкурентоспроможності. Всі ці науковці підтверджують, що правильно побудовані стратегії діджиталізації можуть значно підвищити ефективність управління підприємствами та стати ключовим чинником успіху в глобальному конкурентному середовищі [2].

Максимальна діджиталізація передбачає повне переходу бізнесу до цифрових технологій у всіх аспектах його функціонування. Це охоплює автоматизацію процесів, використання аналітики даних, впровадження інтернету речей (IoT), хмарних технологій та інше [1].

Однією з ключових стратегій максимальної діджиталізації є інтеграція цифрових рішень у всі сфери діяльності підприємства. Це означає використання цифрових інструментів для управління внутрішніми процесами, взаємодії з клієнтами, маркетингу та просування продуктів чи послуг.

Другою стратегією є постійне оновлення та адаптація до нових цифрових технологій. Швидкість змін у сфері технологій вражає, тому підприємствам важливо бути готовими до постійних інновацій та швидко реагувати на зміни у ринковому середовищі.

Однією з переваг максимальної діджиталізації є підвищення ефективності та продуктивності бізнесу. Автоматизація процесів дозволяє зменшити людський фактор та помилки, що сприяє підвищенню якості та швидкості виконання завдань.

Крім того, максимальна діджиталізація розширює глобальні можливості бізнесу. Завдяки доступу до онлайн-платформ та ринків, компанії можуть легко виходити на нові ринки та залучати клієнтів з усього світу.

Отже, підйом цифрової трансформації - ключ до успіху сучасного бізнесу. Стратегії діджиталізації відкривають безліч можливостей для підприємств у всіх галузях. Прискорена цифрова еволюція веде до революційних змін у бізнес-середовищі, створюючи нові шляхи до успіху та відкриваючи двері до глобальних можливостей. На шляху до максимальної діджиталізації бізнесу стежать підприємства, які активно впроваджують цифрові інновації. Автоматизація процесів, використання аналітики даних, розвиток Інтернету речей - це лише деякі з ключових стратегій, що підтримують підприємства на шляху до успіху. Наслідки діджиталізації для бізнесу та економіки неможливо переоцінити. Підвищення продуктивності, покращення конкурентоспроможності та ефективності бізнесу - це лише деякі з переваг, які супроводжують цей шлях. Проте, разом з тим виникають нові виклики, пов'язані з безпекою даних та забезпеченням доступності цифрових рішень для всіх секторів економіки.

У цьому цифровому віці, де швидкість та інновації стають ключовими факторами успіху, максимальна діджиталізація бізнесу є необхідним елементом для виживання та процвітання. Тільки ті, хто вміло використовуватимуть цифрові можливості, зможуть утриматися на вершині конкуренції та забезпечити стійкий розвиток у майбутньому. Це не просто підвищення ефективності, а справжня революція у підходах до ведення ділової діяльності. Підприємства, які не вживають швидких заходів щодо впровадження цифрових технологій, ризикують залишитися позаду у змаганні за ринкові позиції.

Шлях до максимальної діджиталізації у бізнесі обертається навколо вдосконалення процесів, збільшення продуктивності та забезпечення високої якості продукції та послуг. Використання аналітики даних, розробка інноваційних цифрових продуктів та впровадження хмарних технологій - це лише кілька з ключових стратегій, які сприяють вдосконаленню бізнесу та його адаптації до вимог сучасного ринку.

Наслідки діджиталізації відчуються не лише на рівні окремих підприємств, але й на економічному рівні в цілому. Підвищення продуктивності та ефективності бізнесу сприяє росту економіки, стимулює інвестиції та сприяє створенню нових робочих місць. Проте,

разом з цим виникають нові виклики, пов'язані з кібербезпекою та захистом даних, які вимагають комплексних заходів для їх вирішення.

У підсумку, максимальна діджиталізація в бізнесі є ключовим чинником успіху в епоху цифрових технологій. Лише ті підприємства, які вчасно адаптуються до цифрових змін та інтегрують нові технології у свою діяльність, зможуть забезпечити стійкий розвиток та виживання в умовах конкурентної боротьби.

Список використаних джерел

4. Савицька О. М., Салабай В. О. Особливості діджиталізації бізнесу компанії в умовах розвитку індустрії 4.0. *Ефективна економіка*. 2020. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8266>

5. Kuznetsov A., Kiian A., Babenko V., Smirnov O., Zhosan G., Prokopovych-Tkachenko D. Soft Decoding Method for TurboProductive Codes. International Conference on Advanced Information and Communications Technologies (AICT). 2-6 July 2019. Iviv. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/8847747>.

УДК 338.242.2

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ОДИН ІЗ КЛЮЧОВИХ ФАКТОРІВ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Назар Сирота

syrotanazar04@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: к.е.н., доцент Анатолій Маренич

marenychai@gmail.com

Цифровізація економіки в сучасному світі стала ключовим фактором для інноваційного розвитку та підвищення конкурентоспроможності підприємств. Цей процес передбачає перетворення традиційних бізнес-моделей, процесів та операцій за допомогою використання цифрових технологій. Одним із головних аспектів цифровізації є збільшення ефективності операцій. Цифрові інструменти, такі як штучний інтелект, аналітика даних, хмарні технології та Інтернет речей, дозволяють підприємствам автоматизувати процеси, збільшити продуктивність та знизити витрати. Крім того, цифровізація сприяє інноваціям шляхом створення нових продуктів та послуг. Підприємства можуть використовувати цифрові технології для розробки інноваційних продуктів, впровадження нових бізнес-моделей та підвищення рівня задоволення клієнтів. Крім того, цифровізація дозволяє підприємствам змінювати свої бізнес-моделі та пристосовуватися до швидкозмінюючогося ринкового середовища. За допомогою цифрових технологій підприємства можуть збільшити свою гнучкість та здатність до реагування на зміни у вимогах ринку. Отже, цифровізація економіки є ключовим фактором для досягнення інноваційного розвитку та підвищення конкурентоспроможності підприємств у сучасному світі. Вона дозволяє підприємствам забезпечити свій успіх у цифровій епохи, шляхом впровадження новітніх технологій та змін в управлінській практиці.

Цифровізація економіки суттєво впливає на інноваційний розвиток та конкурентоспроможність підприємств:

Збільшення ефективності операцій: Цифрові технології дозволяють автоматизувати багато рутинних процесів, що зменшує час, необхідний для їх виконання, і знижує кількість помилок. Це дозволяє підприємствам ефективніше використовувати свої ресурси.

Створення нових продуктів і послуг: Цифрові технології відкривають нові можливості

для інновацій. Підприємства можуть створювати цифрові продукти та послуги, які відповідають на потреби ринку і забезпечують їм конкурентну перевагу.

Підвищення доступності: Цифровізація дозволяє підприємствам легше входити на нові ринки і залучати нових клієнтів. Вони можуть використовувати інтернет-платформи для просування своїх товарів та послуг, а також для взаємодії зі споживачами.

Аналіз даних для прийняття рішень: Цифрові технології дозволяють збирати та аналізувати великі обсяги даних. Це допомагає підприємствам краще розуміти своїх клієнтів, прогнозувати їхні потреби і реагувати на зміни у ринкових умовах.

Підвищення ефективності управління: Цифрові технології дозволяють підприємствам вдосконалювати свої управлінські процеси. Вони можуть використовувати спеціалізовані програмні засоби для планування, моніторингу та аналізу діяльності підприємства.

Термін «цифрова економіка» широко застосовується як у теорії, так і на практиці, однак єдиної думки щодо його трактування не існує. Згідно з відомими твердженнями, сформульованими Стеном Капланом у його методиках аналізу ризиків, 50% проблем у світі виникають через ситуацій, коли використовуються однакові слова для позначення різних понять, і стільки ж з'являється тому, що одні й ті ж поняття трактуються різними словами [1]. Цей висновок характерний і для сфери цифрової економіки, де найчастіше для привернення уваги до цифрової теми термін «цифрова економіка» широко вживається журналістами та фахівцями стосовно найрізноманітніших напрямів цифровізації, внаслідок чого темп смислових змін постійно збільшується і, як наслідок, виникає ризик розмиття меж нової сфери знань, втрати нею своєї ідентичності та інвестиційної привабливості. Актуальність проблем формування цифрової економіки обумовлена як зростанням масштабів соціальних комунікацій за допомогою соціальних мереж, так і ефективністю цифрових платформ, що підвищують швидкість та різноманітність обмінів (шляхом застосування технологій, побудованих на використанні ознак дискретності, програмованості та алгоритмічності виробничих процесів), що загалом відкриває принципово нові та ширші можливості зростання ефективності масового виробництва, розвитку економіки та суспільства. За оцінкою експертів Всесвітнього економічного форуму, потенціал цифрових трансформацій (і як наслідок масового застосування цифрових технологій для скорочення різних витрат, і як засіб оптимізації процесів в економіці, соціумі та як результат появи нових галузей) оцінюється в обсязі понад 100 трлн доларів США [2]. Багато країн визначили стратегії цифрового розвитку як високопріоритетні та реалізують комплекс заходів щодо цифровізації економіки та соціуму.

Істотною причиною цифровізації економіки став розвиток Інтернету. У літературі наголошується, що «цифрова економіка – це всесвітня мережа економічної діяльності, комерційних трансакцій та професійних взаємодій, що забезпечуються інформаційно-комунікаційними технологіями.

Після запуску мережі Інтернет у середині 1990-х років майже відразу відбулося прискорене оцифрування інструментів сучасного фондового ринку, що супроводжувалося повним витісненням реальних цінних паперів з обігу. За останні 10 – 15 років зростання цифрової економіки особливо помітне. Спостерігається широке використання цифрових платформ у режимі мережі. На життєдіяльність людей все більше впливає інформація, що надходить з таких мереж та мережевих сервісів, як Facebook, Twitter, Instagram та Youtube. Інтернет у розвинених країнах інтегрується в економічну, соціальну та інші сфери людської діяльності, захоплюючи бізнес, банківську справу, охорону здоров'я, освіту та ін.

Цифрова економіка відкриває нові можливості, здатні змінити життя людства на краще. Завдяки розвитку електронних технологій споживач може швидко отримувати більшу кількість якісних послуг та товарів. Для кожного окремого бізнесу перехід на електронну комерцію може виступати поштовхом до потенційного зростання та розширення за рахунок збільшення клієнтури та певного полегшення здійснення продажів та надання послуг за допомогою інформаційних технологій та використання мережевих сервісів та хмарних

платформ. За даними соціологічних досліджень, ще 2016 р. кількість людей, які мають вільний доступ до Інтернету, перевищила 3 млрд осіб. У 2019 р. понад 53% населення Землі, або 4,1 млрд осіб, мали доступ до Інтернету. Це майже половина населення планети. Бізнес, який зможе налагодити взаємодію із споживачами за умов мережі Інтернет, зможе витримати конкуренції і буде змушений залишити ринок. Цифровізація економіки нині здійснюється у різних формах, які спираються на використання комп'ютерних ресурсів і мережевих можливостей та його впровадженні у різні сфери виробничої соціальної та побутової діяльності. Вона передбачає не тільки розвиток виробництва комп'ютерів, комп'ютерних технологій та програмних продуктів, а й формування спеціальних платформ на базі комп'ютерних мереж, що дозволяють переробляти розподіляти інформацію між заінтересованими особами. Це призводить також до використання мереж та комп'ютерних технологій у реальному бізнесі, логістиці, електронній комерції тощо.

Сучасний розвиток економіки спирається на переведення активів у цифровий вигляд, що передбачає їхнє існування у бінарній формі. Це дозволяє здійснювати операції з цими активами, використовуючи можливості комп'ютерів, мережі Інтернет, хмарних технологій тощо, організовувати спеціальні різновиди бізнесу, що спираються на цю електронну форму, для розподілу та перерозподілу оцифрованих активів, тобто їх купівлю-продаж у будь-якій точці земної кулі, де є доступ до мереж Інтернету. Переведення в оцифровану форму перетворює активи на глобальні та взаємозамінні, доступ до них суттєво спрощується. Торгівля подібними активами в режимі реального часу сприяє на розвитку бізнесу на основі інтернет-технологій та поширенню різноманітних форм шерингової економіки. Страхування, медицина та освіта також поступово переходять в онлайнсферу, а оцифрування більшості послуг вже завершується. Істотні зміни відбуваються у сфері фінансів, мереж забезпечується доступ до фінансових ресурсів. За наявності комп'ютерної мережі в цьому регіоні не потрібно створення нового банківського офісу, достатньо мати банкомат або просто мобільний гаманець у смартфоні, що ставить нові завдання перед розвитком банківської сфери. Поширення отримали криптовалюти, що є певними шифрованими комп'ютерними програмами — так звані токени мають звернення як деяка форма валюти, що дозволяє одержувати реальний дохід. Очевидно, все це потребує суттєвих перетворень, пов'язаних насамперед із розширенням використання мережевих та комп'ютерних технологій.

Відповідно до економічної логіки стають очевидними переваги цифровізації, які визначаються такими факторами ефективності:

- прискорення використання підприємствами нових ринкових можливостей внаслідок прямих цифрових сигналів від зовнішнього середовища;
- поліпшення якості обслуговування замовників за рахунок спрощення та здешевлення збору даних для персоналізації їх запитів та підтримки постійного зв'язку з ними;
- розширення можливості оптимізації бізнес-процесів (шляхом максимального виключення затримок), а також їх спрощення та прискорення за рахунок цифрових пристроїв;
- збільшення цільової аудиторії та географічного охоплення підприємства за рахунок використання всіх форм цифрових каналів і точок їх дотику.

Ці фактори мають тактичне значення і більшою мірою характерні для підприємства, що переходить на використання цифрових технологій у виробництві та збуті продукції. із планами [5]. Виходячи з даних теоретичних положень можна припустити, що цифровізація — не мета, а засіб, а цифрова економіка не може розглядатися окремо від решти економіки та повинна трактуватися як сегмент діяльності, коли матеріалізація доданої вартості у виробництві товарів та послуг здійснюється за допомогою цифрових технологій, особливо для галузей, які є інтернет-залежними. При цьому вона має сенс та цінність у тому випадку, якщо цифрові технології та інфраструктура сприяють співпраці у всіх сферах економіки та

рівнів господарювання. Одночасно формується комфортне середовище для появи, вирощування та реалізації різних стартапів.

Отже, цифровізація економіки є важливим фактором для інноваційного розвитку та конкурентоспроможності підприємств. Вона дозволяє їм не лише підтримувати крок з часом, а й відзначатися в ринковій боротьбі завдяки використанню передових технологій та ефективним управлінським підходам.

Список використаних джерел

1. Бухт Р., Хикс Р. Визначення, концепція та вимір цифрової економіки // <https://iorj.hse.ru/data/>
2. Коваленко О.Т. Інструменти та механізми цифрової економіки. Реалізація економічного потенціалу України: теоретичні та практичні аспекти : монографія / за заг. ред. М. М. Забаштанського. Чернівці: ЧНТУ, 2020. С.178-189.
3. Марченко В. І. Цифрова економіка на світовому рівні: теорія і практика в умовах трансформації економіки: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 448 с.
4. Мороз В.А. Сучасні інформаційні технології та стартапи. Вчені записки Таврійського національного університету імені ВІ Вернадського. 2021. №6 С.70 -73
5. Сідельнікова В.К. Цифрова економіка: міфи, реальність, перспектива. Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди «Економіка», 2022, вип. 14. С. 18–24.
6. Рудь М.П. Поняття цифрової економіки. Економіка. Підприємництво. Право. № 14, 2022.

УДК 004.91:658

АВТОМАТИЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ДОКУМЕНТУВАННЯ – СКЛАДОВА ЗАГАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

Марина Соломка

solomka_mi@ukr.net

Людмила Правдівцева

legrenok@meta.ua

Харківський фаховий вищий коледж мистецтв, м. Харків, Україна

У ринкових умовах задля успішної діяльності компанії необхідні висока продуктивність праці, грамотна організація робочих процесів і мінімальні витрати ресурсів. Тому сьогодні лідируючі позиції в системі управління займають рішення з автоматизації бізнес-процесів. Основною метою автоматизації є підвищення соціально-економічної ефективності діяльності підприємства за рахунок цілеспрямованого використання програмно-технічних комплексів.

Автоматизація, зазвичай, розглядається у двох напрямках [5]:

- автоматизація основних бізнес-процесів (наприклад, управління продажами або роботою з клієнтами) – для безпосереднього збільшення обсягу продажів, кількості продукції, що випускається, і підвищення прибутковості всього бізнесу в цілому;
- автоматизація підтримуючих процесів (бухгалтерський облік, звітність, діловодство, документообіг) – допомагає скоротити час та витрати на ведення рутинної роботи.

«*Автоматизація бізнес-процесів*» – це частковий або повний перехід стереотипних операцій та бізнес-завдань під контроль спеціалізованих інформаційних систем або програмно-апаратного комплексу [5]. Грамотно проведена автоматизація бізнес-процесів дає

змогу: підвищити швидкість і точність виконання бізнес-процесів, при одночасному зниженні кількості помилкових дій і рішень, зумовлених впливом так званого «людського фактора» [4].

На сьогодні в Україні флагманом впровадження систем електронного документообігу на практиці є установи та організації сфери державного управління. Значно повільніше, але теж досить активно, відбувається автоматизація документообігу у сферах виробництва та надання послуг, де інформатизація бізнес-процесів реалізується шляхом автоматизації фінансової діяльності підприємства, управління виробництвом, оперативного та складського обліку, взаємодії з клієнтами, управління продажами, кадрового обліку тощо. На одному з останніх місць рейтингування реалізації автоматизації посідає автоматизація ділових процесів [3] та процесу документування.

Процес створення службових документів, змістом яких є управлінська інформація [1] – **документування** – був і залишається важливою частиною організаційно-правової діяльності та соціально-економічною передумовою процесів підготовки та прийняття рішень, що істотно впливає на оперативність і якість управління бізнес-процесами на всіх рівнях управління. Якщо на підприємстві чи в установі не налагоджено досконалу роботу з документами, то, як результат, погіршується і саме управління, оскільки воно залежить від якості та достовірності, оперативності приймання-передавання інформації, раціональної організації служби діловодства, чіткої організації пошуку, зберігання та використання документів.

Загальна технологічна характеристика сервісу FastDoc.

Сервіс FastDoc (<https://fastdoc.com.ua/ua/>) створений командою юристів у вересні 2019 року, які надихнулись ідеєю впровадження документознавчих та юридичних технологій у щоденне життя для його полегшення. За допомогою онлайн-конструктора будь-яка людина, не зважаючи на професію, може без труднощів самостійно створити необхідний документ. Певним чином, на сайті представлено, переважно, значний набір саме юридичних документів, шаблони яких були розроблені/створені досвідченими юристами.

Карта (мапа) сайту повністю виконує своє основне завдання як статична HTML-сторінка з посиланнями на всі основні сторінки сайту (Головна, Документи, Відгуки та пропозиції, Підтримка і Блог), що дозволяє перейти на будь-яку сторінку в 1 клік. Основні розділи сторінки сайту «Документи» розподілені за сферами використання документів: Трудові відносини, Бізнес, Нерухомість, Повсякденне життя та представлені гіперактивними піктограмами з назвами видів документів.

Загальна схема автоматизації процесу документування в даному сервісному додатку складається з трьох кроків: Оберіть потрібний шаблон – Заповніть анкету – Завантажте файл готового документу у форматах Word та PDF або отримайте його на e-mail, після оплати.

На початку заповнення шаблону обраного документа, користувач може ознайомитися з інформацією про нього – обсяг, дата оновлення/чинності/актуальності останньої версії та доступні формати для завантаження і друку. Процес заповнення документа візуалізований у реальному часі: заповнення відповідних полів анкети «в режимі реального часу» відображається у формулюваннях обраного документа. Всі дані, які користувач сервісу буде вводити при заповненні документа, шифруються і є повністю конфіденційними. Довідково-інформаційна система сервісу працює через гіперактивне посилання у вигляді знаку питання «?» біля кожного питання форми анкети та через інформаційно-аналітичні статті на сторінці Блог. Загалом, формат внесення даних у поля анкети також прописаний, як приклад.

Важливим також є можливість отримати незаповнений шаблон обраного документу: після завантаження документа та оплати усі пусті поля можна буде дозаповнити, а усі заповнені поля – виправити чи змінити.

На прикладі Трудового договору між юридичною особою та працівником пропонуємо розглянути покроковий алгоритм заповнення онлайн-конструктора даного документа:

- місце укладання договору (ДСТУ 4163-2020 [2], реквізит 13 Місце складення документа);
- дата укладення та підписання договору між Роботодавцем та Працівником (ДСТУ 4163-2020, реквізит 10 Дата документа) здійснюється через вибір у Календарі;
- назва та організаційно-правова форму юридичної особи (Роботодавця) (елементи реквізиту 6 Довідкові дані про юридичну особу);
- посада та ПІБ представника, який підписуватиме договір від імені юридичної особи Роботодавця;
- назва та реквізити документа, що підтверджує повноваження представника Роботодавця (у родовому відмінку);
- ПІБ Працівника, який укладає та підписує цей договір;
- наявність у Роботодавця посадової інструкції, якою буде керуватися Працівник. Відповідно від вибору відповіді «так чи ні» у Договорі змінюються формулювання «... трудові відносини виникають на підставі Договору та Посадової інструкції працівника» або «... виникають трудові відносини ... з підпорядкуванням внутрішнього трудового розпорядку» (розділ 1, п. 1.1) та розділу 2, п.2.1 «... Працівник повинен ... дотримуватися положень посадової інструкції Роботодавця» або «... Правил трудового розпорядку»;
- місце основної роботи чи за суміщенням (розділ 1 Предмет договору, п.1.2);
- адреса місцезнаходження робочого місця Працівника (розділ 1 Предмет договору, п.1.3);
- встановлення для Працівника випробувального терміну та його строк (від вибору відповіді на це питання також змінюється формулювання у Договорі) (розділ 1 Предмет договору, п.1.4);
- посада, на яку приймається Працівник (розділ 2 Обов'язки сторін, п.2.3);
- система здійснювання оплати праці та розмір місячної або погодинної заробітної плати (сума заробітної плати вказується у літерно-цифровому форматі) (розділ 3 Оплата праці та соціально-побутове забезпечення працівника, п. 3.1);
- кількість календарних днів щорічної оплачуваної відпустки (прописується прописом). Дане питання має враховувати основні положення Закону України «Про відпустки» із змінами (розділ 3 Оплата праці та соціально-побутове забезпечення працівника, п. 3.2);
- графік роботи для Працівника. Особливості заповнення даного поля: відбувається вибір графіку роботи – класичний (прописується часовий інтервал початку та закінчення роботи, години перерви за прикладом анкети) або гнучкий графік із вказівкою місячної кількості годин відпрацювання та, одночасно, відбувається зміна формулювань у тексті самого Договору (розділ 5 Робочий час, п.5.1);
- дата першого робочого дня Працівника: в день підписання або в іншу дату (вказати дату за наведеним прикладом із використанням Календаря) (Розділ 7 Робочий час, п. 7.2);
- строк укладання трудового договору. Відповідно до ст. 23 КЗпП, трудовий договір може укладатися на визначений строк, на час виконання певної роботи або бути безстроковим, а отже в тексті Договору відбувається автоматична зміна формулювання із вказівкою або строку дії Договору, або означено певний вид робіт із його виконанням протягом означеного проміжку часу (Розділ 7 Робочий час, п. 7.3);
- адреса місцезнаходження юридичної особи Роботодавця, код ЄДРПОУ/реєстраційний номер юридичної особи Роботодавця, поточний рахунок Роботодавця у форматі IBAN, номер телефону (Розділ 8 Реквізити сторін). Персональні дані можна ввести після завантаження документа;
- адреса, за якою знаходиться місце постійного проживання Працівника, реквізити паспорта, що посвідчує особу Працівника, РНОКПП, поточний рахунок Працівника у форматі IBAN, номер телефону Працівника. Персональні дані можна ввести після завантаження.

Після завершення заповнення анкети, слід вказати електронну адресу для надсилання заповненого документа та провести відповідні фінансові операції для оплати.

Висновок. Автоматизація бізнес-процесів на сьогоднішній день є дуже актуальним і важливим напрямком теорії та практики управління; це зручний і функціональний інструмент для управління успішним підприємством.

Програмні продукти для автоматизації процесу документування, організації роботи з документами та документообігу дозволяють: оптимізувати щоденну рутинну роботу співробітників; організувати діловодні та бізнес-процеси на підприємстві; скоротити час обробки документації; налагодити ефективне управління та облік усієї інформації, що стосується роботи різних підрозділів, швидко ухвалювати обґрунтовані управлінські рішення і, в цілому, підвищують профіт роботи підприємства, створюючи тим самим основу для підвищення ефективності діяльності підприємства.

За допомогою зручного візуального інструменту FastDoc можна створити необхідний документ за шаблоном, відстежити технологію заповнення документа, внести зміни навіть після завантаження готового документа та оцінити ефективність роботи співробітників і хід виконання бізнес-завдань.

Список використаних джерел:

1. ДСТУ 2732-2004. Діловодство й архівна справа. Терміни та визначення понять. [Чинний від 2005-07-01]. Вид. офіц. Київ, 2004. 36 с.
2. ДСТУ 4163:2020. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлення документів. [Чинний від 2021-09-01]. Вид. офіц. Київ, 2020. 37 с.
3. Копняк К.В., Костунець Т.А. Автоматизація документообігу як складова підвищення ефективності діяльності підприємства. *ЕКОНОМІКА. ФІНАНСИ. МЕНЕДЖМЕНТ*: актуальні питання науки і практики : наук. журнал. Вінниця : ВНАУ, 2017. № 11. С. 57-68. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/efmapnp_2017_11_7 (дата звернення: 09.02.2024).
4. Кріско Ю. Що таке автоматизація бізнес-процесів: визначення, приклади та сервіси. *Snow.io* : вебсайт. 2022. URL : <https://snov.io/glossary/ua/business-process-automation-ua/> (дата звернення: 09.02.2024)
5. Ларіна Т. І., Гострик О. М. Засоби автоматизації бізнес-процесів підприємств малого бізнесу. *Інформаційні технології в економіці і управлінні* : зб. наук. праць. Одеса ОНЕУ, 2023. Вип. 5. С. 124-130. URL : <https://is.gd/oCi3gH> (дата звернення: 09.02.2024).

УДК 336.71

ТРАНСФОРМАЦІЯ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ ПІД ВПЛИВОМ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Ольга Шільвінська

Sh.olga1976@ukr.net

*викладач кафедри економіки, управління та адміністрування
Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна*

Україна одна із провідних країн, яка широко використовує технологічні нововведення в банківській сфері.

Однією з цілей Стратегії Національного банку України до 2025 року є стимулювання фінансових технологій та просування відкритої банківської політики, яка підтримує перехід суспільства на цифровий банкінг. Для успішної цифрової трансформації Національного банку заплановані такі стратегічні цілі:

1. Розвиток ІТ-інфраструктури
2. Автоматизація функціоналу

3. Інфраструктурна та сервісна готовність до віддаленої роботи

4. Розвиток системи управління даними [1].

Для успішного досягнення запроваджених стратегічних цілей НБУ розраховую різні показники виконання стратегічної цілі (табл. 1.).

Таблиця 1

Показники виконання стратегічної цілі

№	Показник виконання стратегічної цілі	Значення показника на кінець		Відхилення
		2022 р	2024 р.	
1	Перехід до WEB-технологій, % доступних систем за допомогою WEB-клієнта	41%	66%	+25
2	Мобільність робочих місць та забезпеченість працівників можливістю повноцінної роботи у віддаленому форматі, %	25%	65%	+40
3	Кількість віртуалізованих робочих місць, од.	220	1000	+780
4	Поява цифрових грошей Національного банку	Не має	Функціонують	
5	Поява нових фінансових послуг, інструментів	0	+5 нових	+5
6	Кількість відкритих рахунків/ дорослого населення, %	63%	80%	+17
7	Кількість фінтех-компаній за даними UAFIC	130	180	+50

Розроблено автором за даними [1].

Події останніх років COVID-19, впровадження військового стану в Україні дало поштовх до розвитку цифровізації в різних сферах господарської діяльності. Підприємства, організації які швидко адаптувалися до вимог сучасної економіки не припинили свою діяльність, залишилися конкурентно спроможними, прибутковими.

Не залишилася осторонь і банківська система. Для покращення умов обслуговування клієнтів окремі банки розробили власні онлайн-платформи: Еко Бум 24/7, Ощад 24/7, Приват24, iPUMB, UniCredit Online. Дані додатки зменшують час опрацювання документів клієнтів, подача та отримання документів проходить через мережу Інтернет, відпадає необхідність звертатися у відділення банків для проведення розрахунків.

З розвитком цифровізації економіки, комп'ютерних технологій, хмарних середовищ, електронних платежів, Інтернету в банківській сфері з'явилися нові види банків – Необанки.

Необанк — це фінансова компанія, яка надає банківські послуги у цифровому форматі. Необанки надають послуги виключно в інтернеті, тому також відомі як інтернет-банк, віртуальний банк. Дані банки не мають традиційних банківських відділень, при виникненні питань, щодо обслуговування клієнт необанку може звернутися тільки на гарячу лінію банку [2]. Всі питання вирішуються через Інтернет, не потрібно витрачати час на черги у відділеннях банку.

Згідно Закону України «Про банки та банківську систему» всі банки повинні мати банківську ліцензію на здійснення діяльності, НБУ висуває відповідні вимоги для банківської системи. В зв'язку з цим сьогодні в Україні розвиваються необанки, які працюють за ліцензіями українських банків: O.Bank, А-Банк TodoBank, Izibank, sportbank, Monobank [3].

Необанки – це перші банки, які не мають власних офісів, надають обмежений набір послуг виключено в онлайн-режимі, але за рахунок невеликих експлуатаційних витрат більшість розрахункових операцій проводиться без комісій, що дозволяє залучати все більше клієнтів та впроваджувати нові сучасні банківські послуги.

Основними перевагами необанків є:

- зручність;
- більш простий доступ до банківських послуг;
- більш низькі витрати на обслуговування;
- економія часу;
- оптимізація процесів;
- кешбек.

Отже, все більше підприємств та фізичних осіб розглядають банки, які працюють тільки з цифровими технологіями, як реальну альтернативу традиційному банківському обслуговуванню. Багато компаній вважають використання послуг необанків більш привабливими, ніж відвідування стаціонарних банківських установ, за рахунок більш низьких тарифів та швидкості обслуговування.

Список використаних джерел

1. Стратегія Національного банку України до 2025 р. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Strategy_NBU_2021-2022.pdf?v=7
2. Семенов А. Ю., Пахненко О. М., Шалда А. А. Необанки в Україні: особливості, тренди та перешкоди розвитку. *Modern Economics*. 2023. № 39(2023). С. 131-137. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V39\(2023\)-20](https://doi.org/10.31521/modecon.V39(2023)-20).
3. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 07.12.2000 № 2121-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2121-14> (дата звернення 28.02.2024р)
4. Барабаш Ю. Українські необанки : ключові гравці і потенційні ніші для розвитку. *NV Бізнес*. 2021. URL : <https://biz.nv.ua/ukr/experts/monobankizibank-abo-sportbank-u-kogo-keshbek-bilshe-novini-ukrajini-50138385.html>.

УДК 657.6:658.15]:004

РОЛЬ ЦИФРОВІЗАЦІЇ В ПРОВЕДЕННІ КОНТРОЛЮ НА СУБ'ЄКТАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Софія Ющенко

sofiayuschenko04@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Науковий керівник: канд. екон. наук, доцент Алла Ткаченко

У сучасному економічному світі господарювання, який охоплює весь глобальний простір і пронизаний інноваціями в сфері технологій, розуміння того, як цифровізація впливає на проведення контролю, стає вирішальним завданням. У зв'язку з постійною еволюцією цифрових технологій і зростанням обсягу цифрових даних, перевіряючим необхідно усвідомлювати ключові концепції цифрової трансформації, щоб забезпечити високу якість та ефективність контролюючих процесів. Тому роль цифровізації в проведенні контролю на суб'єкті господарювання, зокрема на підприємствах, є дуже актуальною.

Сучасні цифрові технології, такі як штучний інтелект, аналіз даних, хмарні обчислення, технологія блокчейн та інші, дозволяють автоматизувати багато рутинних процесів, які раніше вимагали великих часових та людських зусиль. Це може сприяти зниженню ймовірності помилок, прискорює виявлення фінансових недоречностей і полегшує доступ до важливої інформації для прийняття стратегічних управлінських рішень. Впровадження передових технологій у проведення перевірок суттєво покращує ефективність та точність контролюючих процедур, дозволяючи перевіряючим оперативно аналізувати величезні обсяги даних, виявляти потенційні ризики та помилки, і в кінцевому результаті, гарантує високу якість фінансової звітності [1].

Багато наукових праць та підходів присвячено дослідженню поняття «цифровізація» та впливу цифрових технологій на процес здійснення контролю за підприємством. У цьому напрямку проводили дослідження такі науковці-фахівці як: К. Янковська, Т. Обиденнова, Н. Андріїв, С. В. Онешко, С. А. Вітер, А. М. Віремейчик, М. Б. Кулинич, О. Опейченко, І. Петров, О. Шибанова, С. Кузьмін та інші.

На сьогодні, весь світ переходить на цифровізацію, в тому числі і під час здійснення

фінансово-економічної діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання.

Сучасні цифрові технології допомагають змінювати спосіб та підходи до контролюючих процесів, розширюючи їх можливості та підвищуючи ефективність у цій важливій галузі бізнесу [4]. Від автоматизації до аналізу великих обсягів даних та застосування штучного інтелекту, цифрові інновації впливають на всі аспекти видів контролю, роблячи їх більш точними, швидкісними, ефективними та надійними [2].

Цифрові інструменти забезпечують зручний та швидкий доступ до фінансової інформації. Це дозволяє менеджерам в режимі реального часу контролювати виконання бюджету, виявляти відхилення та приймати відповідні корективи. Також, цифрові інструменти сприяють поліпшенню комунікації та співпраці між різними відділами компанії. Вони дозволяють розподіляти завдання, контролювати виконання та забезпечувати обмін інформацією щодо бюджету. Це сприяє зміцненню внутрішнього контролю та взаємодії між різними рівнями управління [5].

Але цифровізація має як переваги, так і недоліки.

До переваг можна віднести:

1. Ефективність: Застосування цифрових інструментів для контролю дозволяє автоматизувати багато процесів, що робить їх більш швидкими та ефективними.

2. Точність: Використання цифрових систем дозволяє уникнути помилок, пов'язаних з людським фактором, тим самим підвищуючи точність контролю та зменшуючи можливість шахрайства або помилкової інтерпретації даних.

3. Аналіз: Цифрові системи здатні збирати та аналізувати величезний обсяг даних швидше та ефективніше, що дозволяє здійснювати більш глибокий аналіз ситуації та виявляти потенційні проблеми.

4. Відкритість та прозорість: Застосування цифрових технологій може зробити контрольні процедури більш відкритими та доступними для зацікавлених сторін, що сприяє збільшенню довіри до управління підприємством.

До недоліків:

1. Вартість: Впровадження цифрових систем контролю може бути дорогим процесом, особливо для менших підприємств, які можуть не мати достатньої фінансової підтримки для цього.

2. Кібербезпека: Цифрові системи контролю можуть стати об'єктом кібератак або витоку даних, що може поставити під загрозу конфіденційність та безпеку даних підприємства.

3. Перехідний період: Впровадження нових цифрових систем може вимагати часу на навчання персоналу та адаптацію до нових процесів, що може спричинити тимчасові перешкоди у роботі.

4. Відсутність гнучкості: Деякі цифрові системи можуть бути менш гнучкими порівняно з традиційними методами контролю, що може обмежувати можливості адаптації до змінних умов чи потреб підприємства.

Отже, визначені нами вище переваги та недоліки цифрової трансформації створюють основу для контролю при прийнятті управлінських рішень стосовно її реалізації в умовах кожного окремого суб'єкта господарювання.

Хоча цифровізація контролю на підприємствах має багато переваг, але все ж таки вона має свої виклики та обмеження, які потрібно враховувати при впровадженні таких систем кожному керівнику при управлінні підприємством [3].

Щодо вітчизняних українських підприємств спостерігається процес переходу до цифрової трансформації, але в основному це відбувається через випадкове впровадження цифрових інструментів без чіткого планування або програми, включаючи і контрольні процеси.

Виокремлені нами переваги створюють основу для розроблення стратегії цифрової трансформації, тоді як виявлені перешкоди підсилюють необхідність у більш докладному

контролі, сприяючи зменшенню впливу та ризику виникнення нових загроз для суб'єкта господарювання.

Тому запровадження цифрових технологій на всіх рівнях підприємства дозволяє спеціалістам моніторити процес виконання господарських операцій, вносити необхідні зміни у випадку непередбачених обставин та приймати стратегічні управлінські рішення на основі актуальної інформації. Це сприяє зміцненню комунікаційних зв'язків підприємства із зацікавленими сторонами та підвищує рівень контролю за їх діяльністю.

Список використаних джерел

1. Обидєннова Т., Васильєв В. Цифрові технології в управлінні підприємством: теоретичний аспект. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка*. 2023. № 15(30). [https://doi.org/10.33296/2707-0654-15\(30\)-12](https://doi.org/10.33296/2707-0654-15(30)-12)
2. Концепція розвитку цифрових компетентностей. Розпорядження Кабміну від 3 березня 2021 р. № 167-р. [online] Доступно: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/167-2021-%D1%80#Text> (Дата звернення 18 березня 2024).
3. Онешко, С. В. Вітер С. А., Віремейчик, А. М., Стратегія розвитку аудиту в умовах цифрової економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 15, С. 64-69. DOI: 10.32702/2306-6814.2021.15.64
4. Кулинич М. Б. Цифрова трансформація вітчизняних підприємств в сучасних умовах. *Економіка, управління та адміністрування*. 2019. №3. С. 8–15.
5. Здір В. А., Ткаченко А. А., Бразілій Н. М. Роль цифрових технологій для ефективного фінансово-облікового управління суб'єктів господарювання. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2024. № 11. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2024-11-09-02>

УДК 372.8

ФОРМУВАННЯ БАЗОВИХ НАВИЧОК ФІНАНСОВОЇ ГРАМОТНОСТІ ПІД ЧАС УРОКІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ В СТАРШИХ КЛАСАХ СЕРЕДНЬОЇ ШКОЛИ

Олена Антоніаді

hant001977@gmail.com

Миколаївська гімназія № 57 імені Т.Г. Шевченка, м. Миколаїв, Україна

Все починається зі школи. Наполеглива праця вчителів, їх невтомний труд, поради щодо майбутнього життя, аналіз можливих ситуацій – все це перша сходинка до того, щоб допомогти учневі зорієнтуватися у навколишньому дорослому світі, обрати правильний шлях, йти за покликом серця. Здавалося б, що сурове сьогодення малює зовсім не гарні перспективи майбутнього – війна, стрес, невпевненість у завтрашнім дні, бажання втекти від реальності. Але для того і покликане освітнє товариство – зацікавити, радіти перемогам своїх учнів і навчити їх сприймати поразки, спрямувати, надати допомогу, і пишатися їх кожним досягненням.

Зміст шкільної програми середньої та старшої школи є оновленим і відповідає провідним положенням Концептуальних засад реформування середньої освіти «Нова українська школа». Відповідно до цього документу на період 2015-2025 років в Україні відбуватиметься модернізація освіти загалом і зокрема сучасного викладання англійської мови і це має сприяти вихованню таких якостей у випускника Нової української школи, як здатність сприймати і розуміти іноземну мову, бути готовим швидко адаптуватися до сучасного міжкультурного простору і активно взаємодіяти в ньому, конкурувати на ринку праці, учитися впродовж життя [2]. Однією з десяти ключових компетентностей є фінансова грамотність. І Нова українська школа орієнтується на її розвиток [1]. Програма навчального предмету «Англійська мова» вміщує таку змістовну лінію як «Фінансова грамотність і підприємливість». Фінансова грамотність – це володіння набором навичок і знань, які дозволяють людині приймати обґрунтовані та ефективні рішення, використовуючи свої фінансові ресурси [8]. Ця ж програма визначає тематику ситуативного спілкування, що безпосередньо пов'язана із цією змістовною лінією: «Робота і професії», «Наука і технічний прогрес», «Магазин і покупки», «Відвідування кафе», «Подорож» тощо. Учні навчаються практично розуміти деякі аспекти фінансових питань, аналізують технологічне середовище, розвивають лідерські навички в сфері фінансової грамотності [5, с. 6]. За допомогою практичних завдань – планування господарської діяльності, складання сімейного бюджету, формування економічного ставлення до економічних ресурсів та оцінювання власних можливостей – створюється сприятливе середовище для опанування підприємницьких навичок та мотивації для подальшого вибору професії, особливо для учнів 9-х та 11-х класів. І, якщо учні усвідомлюють важливість вивчення англійської мови, як мови міжнародного спілкування задля успішного досягнення цілей, які вони ставлять перед собою в майбутньому, то це неодмінно стає запорукою і найважливішим чинником успішного бізнесу [6].

Кожен учитель покликаний мотивувати учнів. І сьогодні, коли учительська автономія все більше і більше розширює коло можливостей для самого вчителя, безмежний простір методів навчання все частіше приносить запланований або очікуваний результат. Серед таких методів:

- інтерактивне навчання, моделювання життєвих ситуацій на уроках англійської мови;
- проектна робота, під час якої формується підприємницька компетентність, командна робота, пошукова, презентативна та аналітична складова;

- метод «живого спілкування» - зустрічі, бесіди, запис інтерв'ю та відео з досвідченими та відомими в місті, регіоні людьми даної сфери під час шкільних уроків та уроків – екскурсій на підприємства для реальної візуалізації підприємницького процесу. Учень стає важливим активним учасником освітнього процесу, під час якого практикує свої знання, поповнює їх та навчається вибудовувати вже власний пріоритетний шлях навчання. Це досвід, який спонукає для подальшого пошуку інноваційних варіантів для прийняття правильних рішень.

Учитель англійської мови сьогодні поєднує іноземну мову з іншими шкільними предметами. Отже, має постійно самовдосконалюватися шляхом опанування будь – якої теми з будь – якого предмету, а це в свою чергу розширює світогляд учнів на уроках іноземної мови. Спираючись на багаторічний досвід роботи в середній школі, спостерігаючи за формуванням кожної учнівської особистості в старших класах (9,10,11) та їх відношенню до навчального процесу під час таких цікавих і важливих тем як «Jobs», завжди спонукаю учнів діяти і мислити, моделюючи разом із ними середовище умовної життєвої ситуації. Дана вікова категорія вже налаштовується на профорієнтацію, вже розмірковує над можливими діями в майбутньому. Тому обговорення важливості вибору професії через аналіз її фінансової складової є дуже важливим. Так, SWOT – аналіз [3, с. 102-109] дозволяє приймати складні рішення, наприклад, обрати майбутню професію за покликом серця, а не спираючись на фінансову складову; під час Cross – over discussion, Pair discussion, Pyramid discussion, тощо [7, с.533-535] учні дискутують про well-paid or badly-paid job, престижність майбутньої професії, інноваційні технології, що застосовуються в тій чи іншій сфері діяльності; за допомогою техніки Triple X [4, с. 132] – аналізувати варіанти поєднання двох і більше професій для отримання більшого заробітку. Учні навчаються заповнювати анкети на прийом на роботу, складати своє резюме, подавати об'яви в газети та обирати потрібний контент із запропонованих об'яв щодо роботи, тощо. Під час цієї теми головне завдання вчителя навчити учнів поважати будь-який труд, оцінювати престижність і популярність професії. Тема «Money» - одна з найулюбленіших тем учнів різних років. Іноді здається, що під час вивчення цієї теми, відбувається «професійне занурення» у світ економіки та фінансів. Крім того, що учень навчається відрізнити валюти світу в різних еквівалентах (купюрах, монетах), порівнювати їх курси в різні проміжки часу та визначати причини такого явища, розвивається безліч умінь, необхідних для самореалізації у сучасному світі: складання елементарного сімейного бюджету (це одна із складових змістовної лінії «Підприємливість і фінансова грамотність»), здійснення віртуального походу до магазину (учні самостійно обирають тип торгового закладу). Для реалізації комунікативних компетенцій учні створюють умовні ситуації діалогу з продавцем/покупцем. Навіть мають можливість помріяти – уявити себе мільйонером та використати ці гроші з користю не тільки для себе, але й для суспільства. Але апогеєм цієї теми стає складання бізнес-плану з урахуванням прибутку та витрат, підбором персоналу, попиту, локацією та можливими наслідками форс-мажор. Цікавими є ідеї відкриття різних типів закладів – кафе, крамниць, фітнес клубів, приватних шкіл та аптек. Учні генерують нові ідеї, аналізують, прогнозують, приймають оптимальні рішення, аргументують і захищають свою позицію. Ще однією з цікавих тематичних блоків у вивченні англійської мови в старших класах є тема «Travelling». Учні навчаються планувати відпустки, починаючи не з вибору місця відпочинку, а вже з підприємницьким підходом – оцінка власного фінансового стану, додаткові витрати на розваги, вибір виду транспорту, готелю, тощо.

Необхідно звернути увагу на те, що кожен учень має свою точку зору, яка іноді не співпадає з ідеями та пропозиціями інших. Завдання вчителя навчити знаходити компроміс в різних життєвих ситуаціях і з повагою ставитися до думки та вибору інших. Дуже важливо те, що кожна тема має і своє патріотичне напруження – кожне завдання проєктується з урахуванням національних особливостей не тільки англійських країн та інших країн світу, але й рідної Батьківщини.

Отже, розвиваючи навички фінансової та економічної поведінки учнів, їх підприємницької компетентності в закладах середньої освіти, ми, як вчителі формуємо особистість, якій притаманні такі загальнолюдські цінності, як свобода вибору, право власності, дотримання норм закону, яка є фінансово грамотною. Ми виховуємо підприємливу особистість, яка є не тільки споживачем фінансових послуг та платником податків. Ми виховуємо особистість, яка бере на себе сміливість презентувати та відстоювати свою громадянську позицію.

Список використаних джерел

1. Державний стандарт базової середньої освіти. URL: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/zagalna-serednya-osvita/nova-ukrayinska-shkola/derzhavnij-standart-bazovoyi-serednoyi-osviti>.
2. Закон про освіту № 3491 від 04.04.2016 (зі змінами та доповненнями). URL: <https://osvita.ua/doc/files/news/520/52062/new-school.pdf>.
3. Карапетян А.О. Аналіз SWOT як інструмент розвитку SOFT SKILLS. *Збірник наукових праць «Педагогічні науки»*, 2017. Випуск № 135. С.102-109. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/24201/KARAPETYAN;jsessionid=98652D6E899231BAC573906F09953D7B?sequence=1>.
4. Михайлішина К.І. Аналіз елементів сучасного уроку англійської мови та його організація. *Науковий часопис НПУ ім. П.М.Драгоманова*, 2019. Випуск № 09. С.132. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/27993/Mykhailishyna.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
5. Навчальні програми з іноземних мов для загальноосвітніх навчальних закладів і спеціалізованих шкіл із поглибленим вивченням іноземних мов. 5-9 класи. № 804 від 07.06.2017 р. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/programy-5-9-klas/programi-inozemni-movi-5-9-12.06.2017.pdf>.
6. Рамка фінансових компетентностей дітей та молоді України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/opryliudneno-ramku-finansovykh-kompetentnostei-ditei-ta-molodi-ukrainy>.
7. Thanyalak Oradee. Developing Speaking skills using three communicative activities. *International Journal of Social Science and humanity*, 2012. Vol. 2. No 6, November. P. 533-535. URL: <https://www.ijssh.org/show-33-391-1.html>.
8. Фінансова грамотність. URL: <http://surl.li/sninv>

УДК 37.01

ОЦІНКА МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я СТУДЕНТІВ ЧЕРКАСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО БІЗНЕС КОЛЕДЖУ

Байдак Марія

baidakmashuta@gmail.com

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

Ментальне здоров'я - це стан душевного благополуччя, в якому людина здатна адаптуватися до стресу, справлятися з повсякденними викликами, розвиватися і досягати поставлених цілей. Це стан, в якому мозок працює гармонійно та ефективно, людина є емоційно стабільною та задоволеною життям [1].

Підтримка ментального здоров'я має вирішальне значення для загального фізичного здоров'я людини. Ментальне здоров'я впливає на думки, почуття, поведінку та взаємодію з

іншими людьми. Добре розвинене ментальне здоров'я допомагає людям краще керувати своїм життям, вирішувати конфлікти, запобігати стресу та долати негативні емоції.

Однією з основних причин проблем з ментальним здоров'ям є стрес. Сучасний спосіб життя з постійними викликами та тиском може призвести до психічного напруження та негативного впливу на здоров'я.

Для детальної оцінки ментальних проблем серед молоді, науковим студентським клубом Черкаського державного бізнес-коледжу “Відкрити простір” було проведено відповідне дослідження студентів закладу.

Загалом було проведено опитування 592 студентів, що склало 55% всього навчального контингенту коледжу. Серед яких 81 учасників – студенти віком 14-15 років, 308 студентів – молоді віком 16-17 років, 203 особи – студенти старше 18 років.

Таблиця 1

Віковий розподіл респондентів проведеного дослідження

Вік	Стать	Кількість опитуваних	Разом	
14-15	чол	31	81	592
	жін	50		
16-17	чол	155	308	
	жін	153		
18 і старше	чол	102	203	
	жін	101		

Проведене дослідження дало змогу визначити рівень ментального здоров'я студентів за освітньою програмою, за якою вони навчаються в діапазоні від 1 до 7 балів, де 1 – це відсутні проблеми із ментальним здоров'ям, а 7 балів – це багато проблем зі здоров'ям. Результати представлені в табл. 2.

Таблиця 2

Оцінка рівня ментального здоров'я студентів ЧДБК за освітніми програмами

Освітня програма	Середня оцінка за ОП	Середня оцінка по ЧДБК
"Економіка", "Економіка та управління бізнесом"	2,89	3,00
"Облік і оподаткування"	3,05	
"Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок"	2,87	
"Маркетинг"	3,09	
"Підприємництво, торгівля та біржова діяльність"	3,04	
"Інженерія програмного забезпечення"	3,1	
"Комп'ютерна інженерія"	2,98	
"Дизайн"	3,02	

Як видно із таблиці 2 середня оцінка рівня ментального здоров'я студентів ЧДБК складає 3,0 балів. Найбільш напружений стан виявлено в студентів, що навчаються за спеціальність “Маркетинг” – 3,09. Найкращий показник у опитованих спеціальності “Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок” – 2,87 бали.

Визначимо які емоції переважають у настроїв студентів ЧДБК (рис. 1).

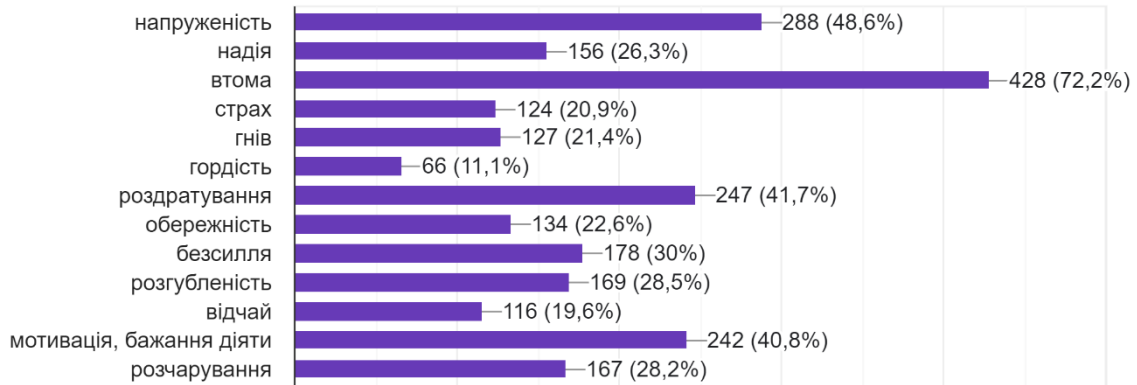


Рис. 1. Емоції, що переважають у настрої студентів ЧДБК

Як видно із рисунку 1 емоції, що переважають у студентів ЧДБК – це втома (72,2% опитуваних), напруженість (48,6%) та роздратованість (41,7%). Мотивація, бажання діяти також присутні у значній кількості студентів ЧДБК (40,8%), це проявляється в їх численних досягненнях та успіхах.

Причини відчуття страху або знервованості студентів ЧДБК представлено на рис. 2.

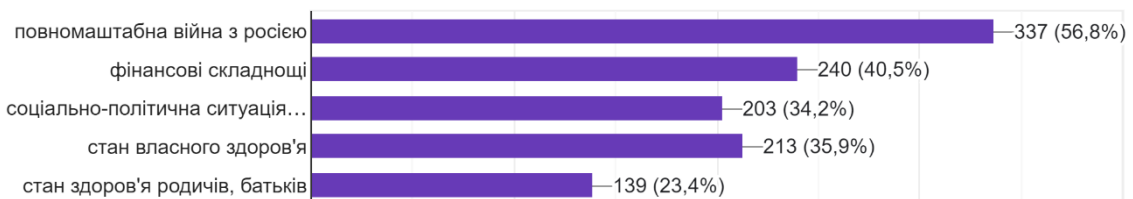


Рис. 2. Основні причини відчуття страху або знервованості студентів ЧДБК

На рисунку 2 можна побачити, що найбільшого впливу на ментальне здоров'я (56,8%) завдає повномасштабна війна з Росією. Наслідком нестабільної економічної та політичної ситуації в країні стали фінансові труднощі в родині 40,5 % студентів. Переживання, тривога та нервові напруження спричинили погіршення стану здоров'я у 35,9% опитуваних.

Визначення негативних станів студентів ЧДБК представлено на рис. 3

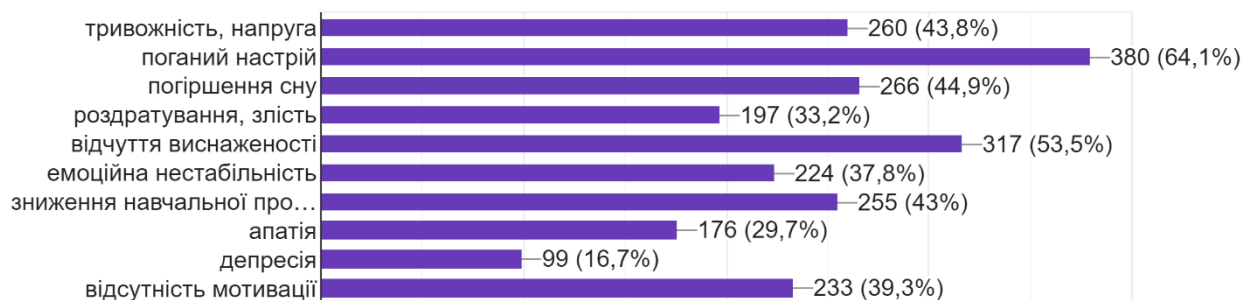


Рис. 3. Основні негативні стани студентів ЧДБК

На рисунку 3 зрозуміло, що у більшості опитуваних переважає поганий настрій (64,1%) та почуття виснаженості (53,5%). Вірогідно з цим пов'язане погіршення сну у 44,9% студентів. Навчання в умовах повномасштабної війни ускладнює робочий процес, сприяє зниженню навчальної продуктивності студентів.

Згідно опитування та рисунку 4 ми побачити, що поганий настрій 71,5% студентів компенсують прослуховуванням музики. Великий відсоток зі способів подолання стресу

належить “зависанню” в інтернеті (63,2%), що не є благотворним для здоров’я та впливає як на погіршення сну так і на відчуття виснаженості. Значна частина опитуваних (63%) долає стрес під час спілкування з друзями та родиною. Це благотворно впливає на емоційний стан студентів.

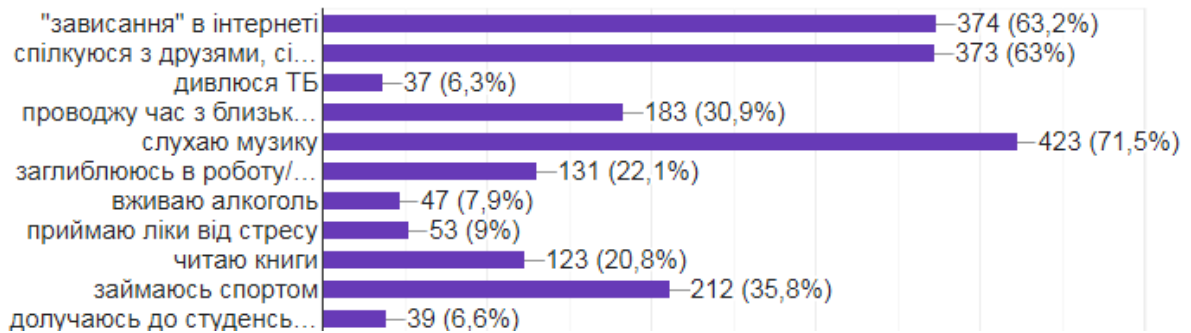


Рис.4. Способи подолання стресу або знервованості студентами ЧДБК

Проведення заходів для збереження та підтримки ментального здоров'я має величезне значення та може включати в себе регулярну фізичну активність, збалансоване харчування, відпочинок, соціальні контакти. Опитування, щодо необхідності проведення психологічної допомоги студентам має наступні результати: 42% висловили позитивне ставлення до організації заходів для психологічної підтримки, 39% опитуваних не дали однозначної відповіді, а 18% зауважили про відсутність необхідності в даних заходах

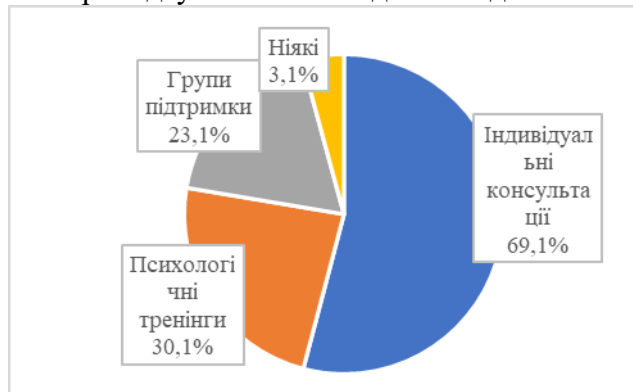


Рис.5. Види заходів з психологічної підтримки на думку студентів ЧДБК

Як видно із рис. 5 більшість студентів коледжу (69,1%) проголосувало за впровадження індивідуальних консультацій, необхідність психологічних тренінгів зазначили 24 % опитуваних, 18% підтримали ідею створення певних постійних груп підтримки.

Отже ментальне здоров'я студентів важливе для якісного освітнього процесу. Як показало наше дослідження, студентам Черкаського державного бізнес коледжу у переважній більшості притаманний середній рівень тривожності та визначено необхідність у незначній психологічній підтримці. Проведене дослідження не вичерпує усіх аспектів порушеної проблеми, тому вважаємо за необхідне поглиблювати дане дослідження та проводити його на постійній основі.

Список використаних джерел

1. Державна служба України з питань праці. Що таке ментальне здоров'я та як про нього дбати? URL: <https://smu.dsp.gov.ua/news/shcho-take-mentalne-zdorov-ia-ta-iak-pro-noho-dbaty/> (дата звернення: 10 квітня 2024)

УДК 811.111 (075)

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ У ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ У СФЕРІ ЕКОНОМІКИ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ

Олена Борисенко

lelya.borisenko@ukr.net

Оксана Мустафа

oksimustafa@gmail.com

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Бурхливий розвиток економіки, суспільства, процес глобалізації з одного боку, та процес реформування системи освіти в Україні, зокрема вищої, ставлять перед викладацьким складом нові виклики. Одним з головних напрямків є підвищення рівня компетенцій майбутніх фахівців з метою підготовки фахівців, здатних працювати в сучасних умовах, що постійно змінюються, в умовах диджиталізації всіх сфер життя та праці, інтеграційних процесів, таких як створенні спільного бізнесу з іноземними партнерами або вихід на закордонні ринки.

Компетентність - здатність особи успішно соціалізуватися, навчатися, проводити професійну діяльність, яка виникає на основі динамічної комбінації знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, цінностей, інших особистих якостей [1, с. 3]. Для досягнення цієї мети використовується освітня програма, які представляє собою єдиний комплекс освітніх компонентів (навчальних дисциплін, індивідуальних завдань, практик, контрольних заходів тощо), спрямованих на досягнення передбачених такою програмою результатів навчання, що дає право на отримання визначеної освітньої або освітньої та професійної (професійних) кваліфікації (кваліфікацій). Освітня програма може визначати єдину в її межах спеціалізацію або не передбачати спеціалізації [1, с. 4].

Освітня програма передбачає набір навчальних дисциплін які спрямовані на набуття компетенцій, які можуть бути класифіковані наступним чином [2, с. 10]:

1. Інструментальні - когнітивні, методологічні, технологічні, лінгвістичні;
2. Міжособистісні – навички спілкування, соціальна взаємодія та співпраця;
3. Системні – поєднання розуміння, сприйнятливості та знань, здатність планування змін для удосконалення систем, розроблення нових систем

Сучасні вимоги до компетенцій включають до себе тридцять позицій в рамках цих трьох основних груп [2, с. 10-11].

Інструментальні компетентності складаються з:

- Здатність до аналізу і синтезу.
- Здатність до організації і планування.
- Базові загальні знання.
- Засвоєння основ базових знань з професії.
- Усне і письмове спілкування рідною мовою.
- Знання другої мови.
- Елементарні комп'ютерні навички.
- Навички управління інформацією (уміння знаходити та аналізувати інформацію з різних джерел).
- Розв'язання проблем.
- Прийняття рішень.

Міжособистісні компетентності мають на увазі:

- Здатність до критики та самокритики.
- Взаємодія (робота в команді).

- Міжособистісні навички та вміння.
- Здатність працювати в міждисциплінарній команді.
- Здатність спілкуватися з експертами з інших галузей.
- Позитивне ставлення до несхожості та інших культур.
- Здатність працювати в міжнародному середовищі.
- Етичні зобов'язання.

До системних компетентностей відносяться:

- Здатність застосовувати знання на практиці.
- Дослідницькі навички і уміння.
- Здатність до навчання.
- Здатність пристосовуватись до нових ситуацій.
- Здатність породжувати нові ідеї (креативність).
- Лідерські якості.
- Розуміння культури та звичаїв інших країн.
- Здатність працювати самостійно.
- Планування та управління проектами.
- Ініціативність і дух підприємництва.
- Турбота про якість.
- Бажання досягти успіху.

Першою групою компетентностей є інструментальні. Розглядаючи компетентності цієї групи можна пригадати висновки професора Томаса Бака з Університету Единбургу, якій вважає що ті, хто володіє двома або більше мовами, мають і більш розвинені пізнавальні здібності. Особливо це проявляється у читанні та в загальній кмітливості [3, с. 1].

Вивчаючи іноземну мову, осягаючи її закони та принципи, людина на підсвідомому рівні привчається бачити процес чи явище як в цілому, так й його окремі складові. В такому ж самому алгоритмові відбуваються дані процеси й при вивченні економічних дисциплін, які складають контент освітнього програми навчання майбутніх економістів. Вміння аналізувати допомагає також при плануванні, оскільки навички об'єднувати чи поділяти на складові використовуються й в процесі планування.

Диджиталізація вільно користуватися цифровими гаджетами, використовуючи їх за будь-якої потреби. Знання англійської для економістів значно скорочує час, витрачений на пошукову роботу та підвищує її результативність.

Одним з різновидів завдань для студентів економічного напрямку є підготовка проектів з економічної теми, але на англійській мові. Під час роботи над проектом студенти спілкуються один з одним, привчаються працювати у команді, чітко висловлювати свою позицію та свої думки як рідною мовою, так на іноземній мові. Такі завдання підвищують професійні знання, розвивають навички мовлення іноземною мовою, привчають працювати у команді, відчувати єдність з іншими людьми та відповідальність за кінцевий результат спільної роботи.

Вивчаючи дисципліну Public Speaking студенти готують виступи і презентації на англійській мові, які пов'язані з економічною тематикою. Таки види навчальних завдань готують студентів до виступу на професійну тему перед іншомовною аудиторією, знімають психологічну боязнь як виступу перед публікою взагалі, так і виступу англійською. Таким чином ми бачимо, що вивчення англійської мови на заняттях у студентів економічного напрямку сприяє набуттю ними міжособистісних компетенцій, які висуваються українським суспільством працівникам, працюючим у сфері економіки.

Третьою групою компетенцій, висунутих Міністерством освіти і науки, є системні. Постійно працюючи над завданнями з англійської мови студенти повинні сприймати новий матеріал, засвоювати і опрацьовувати його, порівнювати правила та явища, накопичувати знання, роботи аналіз і висновки. Таким чином вона розвивають свою здатність до навчання. Відомо, що об'єм знань постійно збільшується, з'являються нові теорії, знання, тренди, ідеї –

це наше сьогодення. Готуючи проекти та інші творчі завдання на заняттях з англійської мови, студенти привчаються на практиці застосовувати знання та навички, що були придбані під час вивчення англійської. Під час читання англомовної інформації, студенти також можуть бачити приклади використання тих чи інших моментів на практиці. Таки приклади можуть в подальшому стати у нагоді, вирішувати професійні проблеми та приймати вивірені та адекватні рішення.

Ще однією вимогою сьогодення є креативність, тобто здатність породжувати нові ідеї. Власне, нові ідеї будуються на ґрунтовних теоретичних знаннях, практичних навичках. Породження нових ідей може також будуватися на загальній ерудиції. Часто нова ідея приходить під час читання певного матеріалу, якій стосується даної теми. Англомовні сайти надають велику кількість матеріалів економічного спрямування, причому такого що не завжди має переклад на українську або російську, які є зрозумілими для сучасного жителя України.

Англійська мова сприяє формуванню та удосконаленню всіх трьох груп професійних компетенцій фахівців економічної сфери – інструментальних, міжособистісних та системних.

Значною мірою вплив англійської мови на формування професійних компетенцій майбутніх економістів залежить від контенту освітньої програми, кількості економічних дисциплін, які викладаються англійською мовою, та від співпраці кафедр економічних дисциплін та кафедри іноземних (англійської) мов.

Список використаних джерел

1. Про вищу освіту. Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>.
2. Розроблення освітніх програм. Методичні рекомендації Авт.: В.М.Захарченко, В.І.Луговий, Ю.М. Рашкевич, Ж.В.Таланова, / За ред. В.Г.Кременя. К.: ДП «НВЦ «Приоритети», 2-14. 120 с. URL: http://ibhb.chnu.edu.ua/uploads/files/metodrada/Rozroblennya_osv_program.pdf.
3. Вчені: вивчення іноземної мови уповільнює старіння мозку. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/science/2014/06/140602_second_language_ko.
4. Лех Кжижановскі, Марія Качковська. Іноземні мови і розвиток мозку людини: вражаючі факти. URL: <https://osvita.in.ua/inozemni-movi/inozemni-movi-i-rozvitok-mozku-ljudini-vrazhajuchi-fakti>.
5. 51.2% of information on the Internet is stored in English. URL: <https://translation.profalians.com.ua/ru/51-2-informacii-v-internete-hranitsja-na-anglijskom-jazyke/>.

УДК 378

ФОРМУВАННЯ МЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ ЯК КЛЮЧОВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ НЕПЕДАГОГІЧНИХ І НЕФІЛОЛОГІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ ЗАКЛАДІВ ПЕРЕДФАХОВОЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Світлана Кабанюк

викладач, спеціаліст вищої категорії

kabanyuk_svitlana@ukr.net

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Медіаграмотність – складова медіакультури, яка стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, успішно здобувати необхідну інформацію, свідомо сприймати і критично

тлумачити інформацію, отриману з різних медіа, відділяти реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують [1].

Такі складові медійної грамотності, як здатність бачити, чути, створювати й інтерпретувати медіаконтент, спілкуватися за допомогою медіа та приміряти на себе різні медіаролі, уміння інтерпретувати та розуміти значення різних медіаконтентів, використовуючи різні аналітичні інструменти, навички безпечної поведінки у віртуальному просторі, захист особистої інформації та вміння уникати шкідливих контактів і контенту, є ключовими для будь-якої людини у XXI столітті.

Проблемам формування медіаграмотності студентів, зокрема педагогічних спеціальностей, що пов'язані з використанням медіатехнологій у навчально-виховному процесі та їх впливу на особистість і суспільство, присвячені роботи таких вітчизняних та зарубіжних дослідників, як Б.Сржабкової, Л. А. Найдьонової, Г. В. Онкович, Б.В.Потятиник, В. В. Різуна, В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк, Дж.Брауна, М. Маклюєна, Дж. Д. Понса, А. Сільверблатта та ін.

Зазначена тема останніми роками широко розглядається в Україні для підготовки майбутніх вихователів, вчителів, журналістів, фахівців мистецьких спеціальностей, медиків. Натомість у світовій практиці розвиток медіаграмотності активно висвітлювався саме на прикладі студентів коледжів та університетів ще із початку 2000-х років. Наприклад, майже 95% студентів трьох професійно-технічних коледжів у м. Чунцин (Китай) після опитування стверджували, що їм бракує медіаграмотності, 20% опитаних можуть свідомо в ЗМІ отримати доступ до інформації та лише 30% студентів виявляли ініціативу в пошуку інформації в інтернеті [3]. Дослідження 2023 року демонструють поточну ситуацію в тій же країні щодо рівня медіаграмотності випадково відібраних 280 студентів коледжів та шлях її покращення на трьох рівнях (студенти, університети та уряд) з метою надати ідеї щодо медіаграмотності студентів у нову еру [4].

2011 року були започатковані регіональні експерименти з упровадження медіаосвіти в навчально-виховний процес у 82-ти загальноосвітніх школах семи областей України, АР Крим та міста Києва [2, с.19], інформаційно-цифрова компетентність увійшла до десяти ключових компетентностей у межах освітньої реформи, тому у закладах загальної середньої освіти медіаосвіта і медіаграмотність викладалися як у формі окремих курсів («Основи медіаграмотності», «Сходінки до медіаграмоти», «Медіакультура», «Медіаосвіта»), так і інтегровано.

Щодо закладів фахової передвищої освіти, то окремий курс із медіаграмоти було розроблено Інститутом інноваційних технологій і змісту освіти Міністерства освіти і науки України, Інститутом педагогічної освіти та освіти дорослих Національної академії педагогічних наук України та Академією української преси для студентів, які здобувають неповну вищу освіту на основі базової та повної загальної середньої освіти в педагогічних училищах і коледжах 2014 року. У сучасних умовах проблема інфомедійної грамотності потребує особливої уваги та вивчення у вищій освіті й серед студентів непедагогічних і нефілологічних спеціальностей, оскільки відбуваються постійні зміни в інформаційному середовищі у зв'язку із широким застосуванням потенціалу різноманітних медіаінструментів, а викладачі можуть акцентувати увагу тільки на окремих елементах медіаграмотності в межах викладання інших дисциплін.

Однак перехід на дистанційне навчання у зв'язку з пандемією COVID-19 та дворічна війна в нашій країні засвідчили важливість формування критичного мислення та автономної від медіа особистості, особливо підлітків, які більшу частину інформації отримують через різноманітні медійні канали та не завжди здатні ефективно сприймати, аналізувати та критично оцінювати спожитий контент.

В освітньому процесі використовується поняття мультимедіа, як технологія, що з використанням технічних і програмних засобів забезпечує роботу з текстовим, графічним,

табличним, звуковим, відеомасивом інформації, та значно підвищує ефективність подачі навчального матеріалу і його засвоєння. Зростання використання мультимедіа в освітньому середовищі прискорилося за останні роки, і, схоже, буде продовжуватись розширюватись в майбутньому, а враховуючи сучасну ситуацію в суспільстві – виступає потужною альтернативою навчання [5, с. 96].

Як відомо, студенти мають високий попит на медіа у повсякденному житті, тому щоденно використовують медіаінструменти. Більшість молодих людей може самостійно встановлювати програмне забезпечення, використовує медіа щоденно, але через відсутність належної медіаграмотності розглядає нові медіа як інструмент для відпочинку, отримання задоволення, пограти в ігри, переглянути фільми чи відео, соціальні мережі та онлайн-магазини тощо. Онлайн-діяльність займає більшість часу студентів, однак використовується для навчання вона чи не найменше. Крім того, рівень професійного пошуку інформації загалом низький: зводиться до простого пошуку для потреб навчальних завдань. Як показує практика, молодь не завжди може вчасно та ефективно оцінити достовірність і часто поширює неправдиву інформацію, що створює негативний соціальний вплив та впливає на їхню успішність навчання, життя і навіть формує хибні цінності.

Навчальні заклади мають сприяти обізнаності студентів щодо медіаграмотності та підвищенню її рівня, ажде здатність ефективно сприймати, аналізувати та критично оцінювати інформацію, яку вони зустрічають у медіа, розуміння якості джерел інформації, розпізнавання маніпулятивних технік та уникнення попадання під вплив фальшивих новин або стереотипів є актуальними в епоху розповсюдженням медіатехнологій.

Медійна грамотність також сприятиме розвитку критичного мислення, що є одним з найважливіших навичок для сучасної особистості, а вміння аналізувати та критично оцінювати інформацію допомагає студентам формувати власну точку зору, розробляти аргументи та приймати обґрунтовані рішення, що актуально при вивченні будь-якої навчальної дисципліни.

Найефективнішими способами розвитку медіаграмотності студентів коледжів є запровадження окремої вибіркової дисципліни, або інтеграція тем, які сприяють формуванню медіаграмотності, у навчальні дисципліни, наприклад, англійської мови, інформаційних технологій, риторики, української мови (за професійним спрямуванням) тощо, або елемент самостійної (індивідуальної) роботи – проходження відповідних курсів із медіаграмотності, цифрової гігієни та цифрової безпеки, які сьогодні безоплатно доступні на різних платформах, а саме: Години медіаграмотності, Very Verified: онлайн-курс з медіаграмотності Фактчек: довіряй-перевіряй (EdEra), Дезінформація: види, інструменти та способи захисту, Інформаційна безпека, Інформаційна гігієна. Як розпізнати брехню в соцмережах, в інтернеті та на телебаченні (Prometheus). Не менш ефективними будуть і проведення різнопланових позааудиторних заходів, що заохочують і підтримують будь-які ініціативи з формування медіаграмотності.

Отже, сьогодні здатність розуміти, аналізувати, оцінювати та створювати медійні повідомлення в різних формах є ключовим елементом сучасної освіти, оскільки вона відкриває можливості для студентів у світі, де медіа впливають на кожен аспект нашого життя. Інтеграція медійної грамотності у навчальні предмети дозволить студентам розвивати навички критичного мислення, культури сприймання інформації та вміння взаємодіяти з медійними платформами відповідально, що будуть корисні не лише в академічному середовищі, а й у професійній та особистій сферах.

Список використаних джерел

1. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). URL: http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/ (дата звернення: 01.03.2024)

2. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф.Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. Київ: Центр вільної преси, 2012. 352 с.
3. Medienkompetenzausbildung an Hochschulen und Universitäten: Der Status quo und die Entwicklung des Denkens. URL: <https://search.proquest.com/openview/ae30faf014fcaefc6a2c1493c24c3958/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y> (дата звернення: 07.04.2024)
4. Research on Media Literacy Education for College Students in the New Era. URL: https://www.researchgate.net/publication/376004145_Research_on_Media_Literacy_Education_for_College_Students_in_the_New_Era (дата звернення: 07.04.2024)
5. Боровик Т.М., Устиченко С.В., Григораш О.А. Мультимедіа та мультимедійна (цифрова) культура: синергетичний ефект застосування в освіті. *Вісник Черкаського університету. Педагогічні науки*. 2021. № 1. С. 95-100. DOI: 10.31651/2524-2660-2021-1-95-100

УДК 37.01

ОЦІНКА СТАНУ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я ПЕДАГОГІЧНИХ ТА НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ ЧЕРКАСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО БІЗНЕС-КОЛЕДЖУ: РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Полях Сергій

poljashonok@gmail.com

*к.е.н., доцент кафедри економіки, управління та адміністрування
Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна*

Особливістю діяльності педагогічних і науково-педагогічних працівників є високий рівень стресу, що сприяє погіршенню як ментального, так і фізичного здоров'я. Основними чинниками стресових ситуацій та емоційної напруги працівників закладу освіти, в стандартних умовах, є низка факторів, таких як: відповідальність за здоров'я та результати навчання учнів, необхідність підтвердження власного рівня кваліфікації, мінливість, напруженість та емоційність діяльності, необхідність постійної уваги [1]. Але внаслідок повномасштабного вторгнення військ сусіда-агресора в освітній сфері спостерігається тенденція до погіршення ментального здоров'я учасників освітнього процесу та зміни факторів, що впливають на них.

З метою вивчення психоемоційного стану педагогічних і науково-педагогічних працівників, факторів впливу на їх професійну діяльність була розроблена анкета і проведене відповідне дослідження.

Загалом було проведене опитування 51 співробітників коледжу, що склало 63,8% всього викладатського персоналу. Серед яких 37 учасників (68,5%) – педагогічні працівники та 14 (53,9%) – науково-педагогічних працівників (табл. 1).

Таблиця 1

Розподіл респондентів проведеного дослідження

	Стат ь	Кількість опитуваних	Разом	
ПП	чол	8	37/54 (68,5%)	51/80 (63,8%)
	жін	29		
НПП	чол	6	14/26 (53,9%)	
	жін	8		

Питання даного дослідження дало змогу визначити рівень власного ментального

здоров'я в діапазоні від 1 до 7 балів, де 1 – це відсутні проблеми із ментальним здоров'ям, а 7 балів – це багато проблем зі здоров'ям. Результати представлені в рис. 1

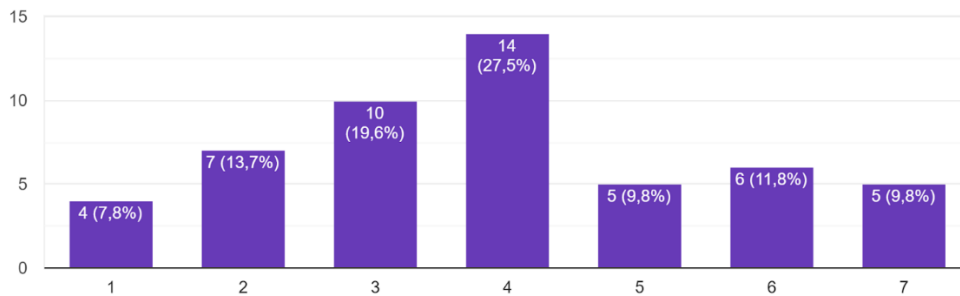


Рис. 1. Оцінка рівня ментального здоров'я НПП та ПП ЧДБК

Як видно із рисунку 1 найбільша частка респондентів (68,6%) оцінила власне ментальне здоров'я як середнє та вище, але необхідно відмітити, що 31,37% визначають значні проблеми у власному ментальному здоров'ї.

Середня оцінка рівня ментального здоров'я педагогічних працівників коледжу складає 3,97 балів, науково-педагогічних працівників – 3,79 балів, а загальний середній бал складає – 3,92.

Наступним етапом дослідження було виявлення емоцій, що переважають в настрої колективу (рис. 2).

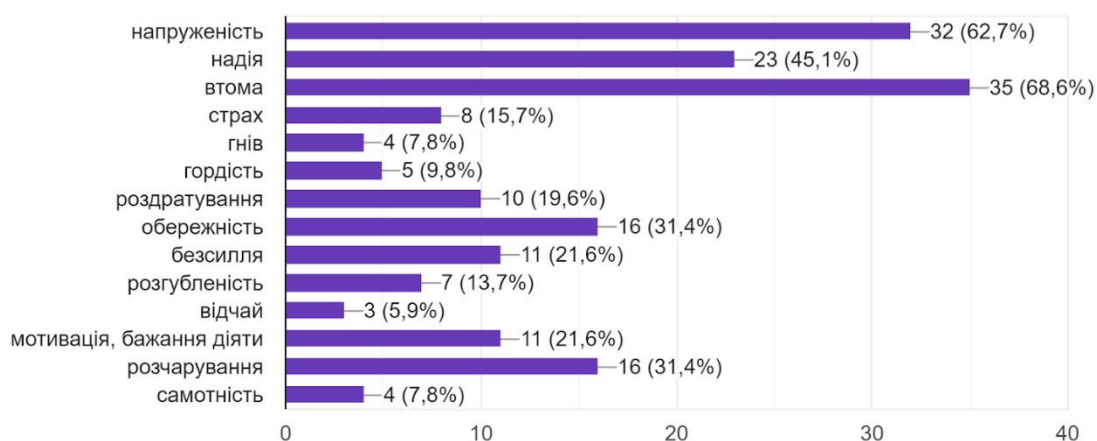


Рис. 2. Емоції, що переважають у настроїв респондентів ЧДБК

Як видно із рисунку 2 переважаючими емоціями є: втома (68,6% опитуваних), напруженість (62,7%), обережність та розчарування (31,4% відповідно), мотивація, бажання діяти знаходиться на однаковому рівні із безсиллям (21,6%).

Для більш точного визначення стресу серед педагогічних і науково-педагогічних працівників коледжу було запропоновано визначити як присутність відчуття стресу так і його рівень. На рисунку 3 представлені результати, а саме, 58,8% - визначають присутність стресу, 15,7% - визначають його відсутність, 25,5% - не змогли визначитись. Серед останніх лише 23% вказали відсутність психологічних змін, 69,2% - визначили свій стрес як опосередкований. Загалом більшість (52,9%) визначають опосередкованість власного стресового стану, 19,6% - як екстремальний та 2% - як високий.

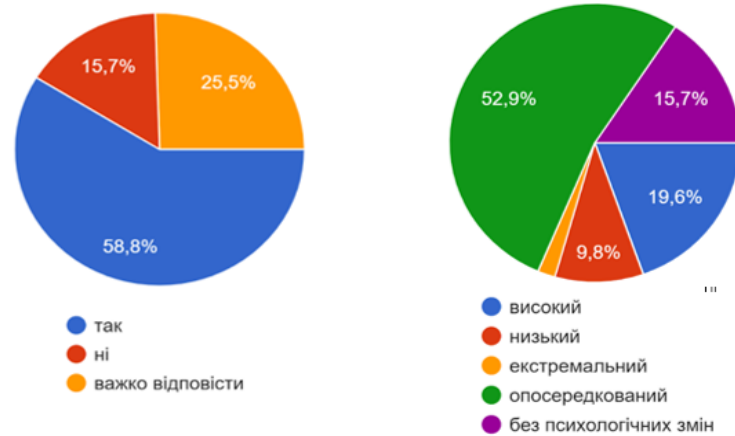


Рис. 3. Стрес та стан знервованості респондентів ЧДБК

Фактори впливу на відчуття страху або знервованості представлено на рис. 4.

Найбільшого впливу на ментальне здоров'я завдає невизначеність ситуації в країні - 74,5%, страх за здоров'я близьких – 62,7%, низький рівень фінансової мотивації праці- 47,1% та перевантаженість роботою – 39,2%..

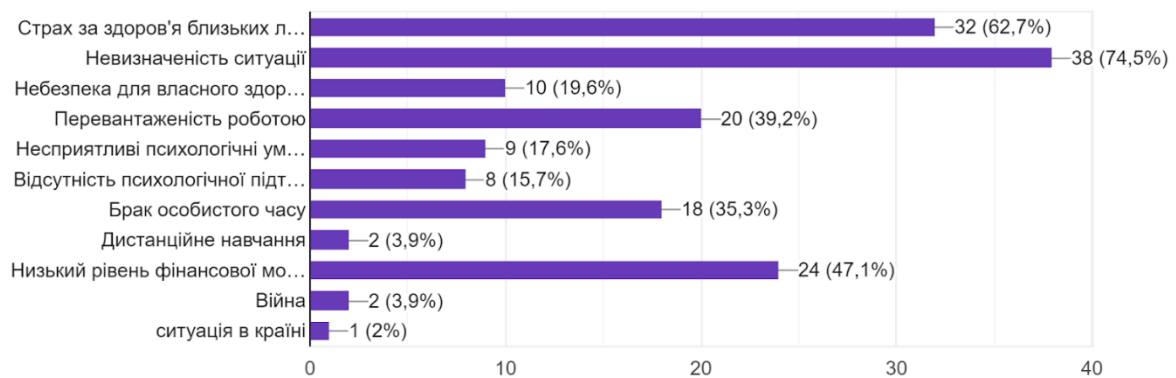


Рис. 4. Фактори впливу на рівень психологічного стресу або стану знервованості:

Одним із елементів дослідження було визначення способів подолання стресу серед педагогічних і науково-педагогічних працівників коледжу, результати представлені на рис. 5.

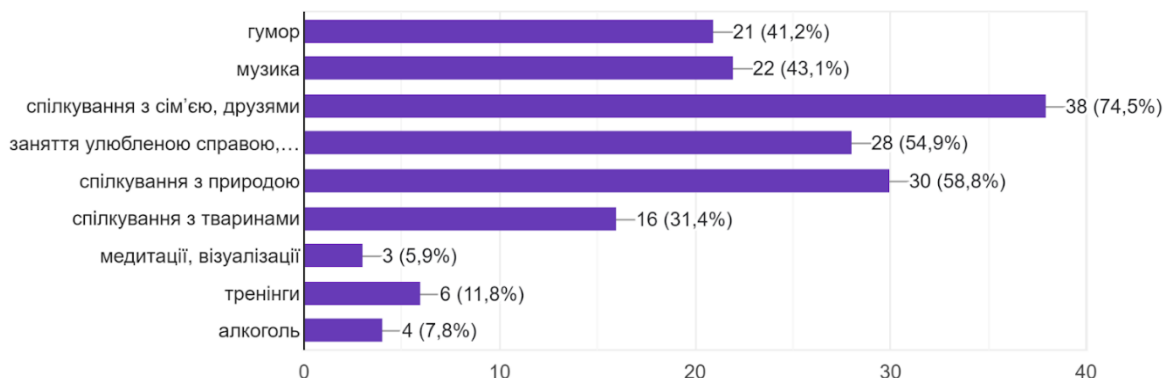


Рис. 5. Способи подолання стресу або знервованості

Згідно опитування, в боротьбі із стресом переважає спілкування із сім'єю та друзями (74,5%), проведення часу на природі (58,8%) та заняття улюбленою справою (54,9%). Самими нерозповсюдженими методами виявились медитації (5,9%), алкоголь (7,8%) та тренінги (11,8%).

Опитування, щодо необхідності в психологічній допомозі 35,3% респондентів зазначили у відсутності в даній потребі, 31,4% - висловили опосередковану потребу, 21,6% - зазначили низьку потребу і лише 11,8% - визначили високу потребу в психологічній допомозі.

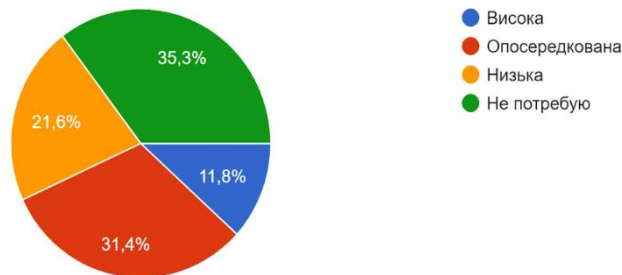


Рис. 6. Необхідність у психологічній допомозі

Отже аналізуючи дані проведеного дослідження можна стверджувати про середній рівень ментального здоров'я працівників Черкаського державного бізнес коледжу. Але необхідно пам'ятати, що завдання забезпечення ментального здоров'я педагогічних та науково-педагогічних працівників закладів освіти надзвичайно важливе та актуальне з огляду на умови сьогодення, оскільки лише ментально здорові педагоги можуть позитивно вплинути на психічне здоров'я учнів та результати їх навчальної діяльності.

Список використаних джерел

1. Кравченко О. Соціально-психологічна підтримка ментального здоров'я учасників освітнього процесу в кризових ситуаціях (практичний досвід). *Social Work and Education*. 2023. Vol. 10. No. 1. P. 35-47 URL: <http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/28745/1/Kravchenko.pdf>

УДК 37.09

СУЧАСНІ ТРЕНДИ У ВИКЛАДАННІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ СТУДЕНТАМ ЕКОНОМІЧНОГО НАПРЯМУ

Ірина Прозоровська

zorova45@gmail.com

викладач англійської мови

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси, Україна

Процес глобалізації, який відбувся протягом останніх десятиріч, відбився на багатьох сферах нашого життя, у тому числі в системі освіти, а тому і безпосередньо у викладанні англійської мови. Підготовка майбутніх економістів, бізнесменів має бути орієнтована на набуття студентами навичок вільного спілкування з майбутніми діловими партнерами з інших країн. Тобто знання англійської мови має реалізуватися на рівні вільного спілкування з носіями мови. Отже, комунікативний аспект має бути в пріоритеті.

У цій статті ми розглянемо сучасні тенденції у викладанні англійської мови майбутнім фахівцям у сфері економіки та бізнесу. Студент, який вивчає іноземну мову, має бути максимально занурений у мовне середовище, використовуючи інтернет-ресурси та електронні носії. Завдяки наявності великого обсягу контенту, починаючи з такого потужного ресурсу, як Youtube, де можна знайти безліч напрямів для самовдосконалення.

Хочемо звернути вашу увагу на такий сучасний тренд, як Comprehensible input English. В основі такого підходу лежить “second language acquisition theory” американського

лінгвіста Стівена Крашена. Ще у семидесятих роках минулого століття він розробив групу з п'яти гіпотез, які складають «теорію опанування другої мови», також відому під назвою «натуральний підхід» (natural approach):

1. Гіпотеза «засвоєння-навчання» (acquisition-learning hypothesis). Вивчення мови – це свідомо діяльність, на відміну від «засвоєння», яке завжди відбувається несвідомо і ніколи як результат навмисного навчання.

2. Гіпотеза «монітора» (monitor hypothesis). Свідомо набуті знання (граматичні правила) використовуються тільки для того, щоб «моніторити» вже засвоєну мову. Вони не можуть бути джерелом спонтанної мови, а навпаки уповільнюють її, і роблять неприродною.

3. Гіпотеза «натурального порядку» (natural order hypothesis). Засвоєння мови відбувається у певному порядку, який не може бути іншим через навчання. Мозок сам виявляє ті шаблони, які треба засвоїти у першу чергу, тому вчити мову звичним методом «від простого до складного» марно.

4. Гіпотеза емоційних фільтрів (affective filter hypothesis). Ідеться про те, що здатність засвоювати мову знижується, якщо ми переживаємо негативні емоції. Негативні «емоційні фільтри» включаються в цей момент і, як наслідок, засвоєння мови не відбувається. Класичний метод засвоєння мови практично завжди «вмикає» ці фільтри.

5. Гіпотеза «інпуту» (input hypothesis). Відповідно до цієї гіпотези, засвоєння мови, чи то рідна, чи іноземна, здійснюється через її розуміння “comprehensible input”. Прогрес відбувається тоді, коли рівень дещо вище наявного. «Насильницьке» говоріння не сприяє розвитку мовних навичок. Говоріння – не є причина засвоєння, а його наслідок. Воно відбувається, коли ми слухаємо, бачимо, розуміємо в спонтанному середовищі [1].

Роль викладача на рівні коледжу має бути зведена до модератора, тобто він створює мовні ситуації, де студенти обмінюються інформацією вільно, а не «видають» заучений (зазубрений) контент, який часто вони навіть не розуміють.

Мовні ситуації створюються за допомогою:

- рольових ігор (де ігри мають бути максимально наближені до реальних бізнес-ситуацій; наприклад, переговорів з потенційними партнерами; ділових зустрічей; інтерв'ю – влаштування на роботу; діалогів-ситуацій, які відбуваються в різноманітних місцях – готелях, аеропортах, магазинах; екскурсій по місту тощо;
- презентацій з подальшою дискусією;
- дебатами (на задану тему, де дві команди обговорюють «за» та «проти» однієї проблеми);
- дискусійні клуби, круглі столи (наприклад, обговорення заздалегідь переглянутого відео або фільму).

На початку навчального курсу викладач повинен оцінити наявний рівень володіння англійською мовою. Це можна зробити за допомогою онлайн тестів. За результатами тестів, викладач розуміє які проблеми мають бути вирішені під час подальшого навчання. Доречно з його боку підійти індивідуально до кожного студента, тобто підготувати для нього рекомендації щодо застосування методу Comprehensible input English. Це можуть бути певні відео матеріали, серіали, мовні подкасти тощо. Інформація, яку прослуховує студент має бути виразна і зрозуміла, інакше вона може бути просто нічим, а тільки просто звуком. [2, с.37].

Не треба забувати що багато часу протягом дня, студенти приділяють увагу перегляду різноманітного контенту на своїх смартфонах. Тому різноманітні навчальні додатки можуть перетворити цей процес на корисний з огляду на обговорюваний нами метод. Нині серед додатків у телефонах для англійської мови виступають Kahoot, Quizizz, Duolingo та English Grammar, або Business Letters. [3, с.140].

Дуже важливо донести до студента важливість приділяти вивченню мови певний час, в ідеалі це має бути кожний день. Мінімальний час - 30 хвилин, але найбільш ефективний – до двох годин. Інтервальне повторення також сприяє кращому засвоєнню мови, вона краще

запам'ятовується і тримається в пам'яті. Ще один важливий момент, який треба зазначити, що правильна вимова звуків також може бути сформована за допомогою методу Comprehensible input English. Тобто протягом декількох місяців за допомогою інтенсивної самостійної роботи, студент набуває знань певної кількості мовних шаблонів, які під час праці на уроках з викладачем може реалізувати безпосереднього розмовляючи іноземною мовою. Тому студент повинен розуміти важливість брати на себе відповідальність, якщо він дійсно прагне досягти результату, і навіть отримати задоволення від того факту, що він в змозі не лише розуміти мову, а свідомо володіти нею, вільно підтримуючи бесіду на англійській мові.

Висновок. Засвоєння іноземної мови має бути дійсно результативним, тобто студенти по закінченні навчання мають володіти іноземною мовою на такому рівні, щоб не тільки сприйняти інформацію на слух, а й спілкуватися вільно на різноманітні теми. Такий сучасний тренд в опануванні англійської мови, як Comprehensible input English має стати у пригоді майбутнім фахівцям у сфері економіки та бізнесу, як ефективний і дійсно дієвий метод. Тому від студента вимагається багато часу приділяти самостійній роботі над мовою, поступово набираючи (поглинаючи) англійську мову і перетворюючи її на свідомо засвоєну.

Список використаних джерел

1. How to gain fluency in a second language through the Comprehensible Input (CI) approach? URL: <https://sanako.com/the-comprehensible-input-approach> (дата звернення 11.04.2024).
2. Senturk, Selcuk. Language acquisition and literature: comprehensible input in literary classes. 2022. № 5. 29-42. URL: https://www.researchgate.net/publication/378373871_LANGUAGE_ACQUISITION_AND_LITERATURE_COMPREHENSIBLE_INPUT_IN_LITERARY_CLASSES (дата звернення 11.04.2024).
3. Лашенко М.А., Коваль О.Ю. Новітня методика викладання англійської мови студентам економічних спеціальностей / М.А. Лашенко, О.Ю. Коваль // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. 2021. - №79, - С.140-143. URL: <https://doi.org/10.32840/1992-5786.2021.79.1.28> (дата звернення 11.04.2024).

УДК 378.147:81

РОЛЬ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ В ПІДГОТОВЦІ ВИСОКОКВАЛІФІКОВАНИХ ФАХІВЦІВ З ЕКОНОМІКИ

Вікторія Яковуша

Viktoriayakovusha12@icloud.com

Черкаський державний бізнес-коледж м. Черкаси, Україна

Науковий керівник: Альона Палієнко, викладач

В сучасному світі розвиток суспільства супроводжується зростанням інтеграційних процесів у соціокультурній та економічних сферах, який вимагає від молоді удосконалення ключових особистісних якостей, таких як комунікабельність, толерантність і здатність до взаємодії з представниками різних культур, зокрема у сфері економіки. У зв'язку з цим зростає значення вивчення іноземних мов, яке відзначається гнучкістю організації іномовного середовища, різноманітністю змісту та методик навчання, зокрема це вивчення англійської мови, що є найбільш популярною світовою мовою професійного та міжкультурного спілкування. Тому постає доцільність дослідження англійської мови для успішної кар'єри висококваліфікованих фахівців в економічній сфері.

Загалом англійська мова є ключовим інструментом для міжнародної комунікації. Наукові дослідження різним чином визначають сутність терміну «комунікація». Соціологи розглядають його як взаємодію та передачу інформації, тоді як психологи вважають, що це процеси обміну продуктами психологічної діяльності, особливо спілкування. Однак незалежно від підходу, комунікація передбачає чотири ключові складові: відправник - повідомлення - отримувач - розуміння. Вільне володіння англійською мовою відкриває безліч можливостей для ефективного спілкування [1, с. 189].

За Пантілеском К. знання англійської мови пропонує різноманітні можливості:

- забезпечує мобільність та комфорт у подорожах, сприяючи вільному спілкуванню та адаптації в іноземному середовищі;
- є необхідним інструментом для елементарної комунікації за кордоном, у тому числі для виклику таксі, надання швидкої допомоги, контакту з правоохоронними органами та навігації по місту;
- відкриває можливості для вивчення та розуміння культурної спадщини інших країн, включаючи традиції, народні звичаї, архітектуру та мистецтво;
- сприяє розширенню соціального кола знайомств та можливості приємного відпочинку за кордоном, що дозволяє розширити кругозір та насолодитися новими знайомствами;
- стимулює міжнародну співпрацю та розвиток ділових зв'язків у різних сферах, сприяючи ефективній професійній діяльності в контакті з іноземними партнерами та сприяючи міжнародній інтеграції.
- відкриває можливості для навчання за кордоном, отримання професійної кваліфікації та обміну досвідом у своїй галузі, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності на внутрішньому ринку праці [2, с. 317]. Іванова І.В. «узагальнюючи чинні підходи до визначення компонентного складу професійної компетентності, можна стверджувати, що професійна іншомовна культурологічна компетентність складається з таких компонентів: мотиваційного (мотиви, потреби), когнітивного (знання мови, культури, фаху), діяльнісного (навички, уміння, досвід), особистісно-оцінювального (професійні якості, самооцінка, самоаналіз), емпатичного (готовність до спілкування, позитивне ставлення до культури, толерантність)». [3, с. 143].

Згідно з дослідженням British Council, 75% роботодавців у сфері економіки вважають, що вільне володіння англійською мовою є важливою умовою для успішної кар'єри. У зв'язку з апроксимацією мовної підготовки майбутніх фахівців до загальноєвропейських та світових стандартів, які визначені в Загальноєвропейських Рекомендаціях з мовної освіти, необхідна ревізія навчання іноземної мови майбутніх фахівців економічного профілю шляхом перегляду, зокрема, його змісту та педагогічних методик. Так, Довгун І. М. вважає, що формування складових професійної компетентності спеціаліста в умовах сучасної освітньої програми передбачає, що основним завданням висококваліфікованого фахівця є не лише засвоєння системи інформації стосовно фундаментальних наук, але й розвиток вмінь та здібностей для виконання кваліфікованої професійної діяльності. Володіння іноземною мовою стає ключовим фактором у формуванні сучасного висококваліфікованого фахівця. Для фахівців з вищою освітою, особливо економістів, знання іноземної мови не лише є засобом доступу до інформації з першоджерел, але й необхідним для професійного спілкування. Працівникам у сфері економіки доводиться взаємодіяти з іноземними партнерами, вивчати їхні методи і принципи роботи, обмінюватися досвідом. Педагогічні новачки у процесі підготовки фахівців мають охоплювати всі аспекти їхньої роботи та включати в себе як загальні методи навчання (нова навчальна література, сучасні методи тестування, використання інформаційних технологій), так і практичні методи, що сприяють інтеграції теорії та практики на робочому місці та розвитку підприємницьких навичок і конкурентоспроможності [4].

Доцільно зазначити, на наше переконання, переваги володіння англійською мовою

для економістів:

1. Підвищення конкурентоспроможності. Здатність вільно спілкуватися англійською мовою значно розширює можливості для працевлаштування та кар'єрного зростання.
2. Доступ до кращих освітніх програм. Багато престижних університетів світу пропонують магістерські та докторські програми з економіки англійською мовою.
3. Можливість отримання міжнародного досвіду. Володіння англійською мовою дає можливість стажуватися та працювати в зарубіжних компаніях та організаціях.

Отже, проаналізувавши все вище зазначене можна підсумувати, що володіння англійською мовою на високому рівні є невід'ємною складовою підготовки висококваліфікованих фахівців з економіки. Це дає їм можливість спілкуватися з колегами та партнерами з інших країн, отримувати доступ до найновішої інформації та наукових досліджень, а також будувати успішну кар'єру в міжнародних компаніях та організаціях.

Список використаних джерел

1. Нечитайло О. Роль навчання іноземної мови у професійній підготовці майбутніх фахівців. *Світоглядні трансформації особистості студента ВНЗ: історико-філософські, соціально правові та мовознавчі аспекти*. 2015. С. 188. URL: <http://vtei.com.ua/doc/zbirnuk123.pdf#page=188>.
2. Пантілеєнко К. С. Роль англійської мови в міжнародній комунікації. *Забезпечення сталого розвитку аграрного сектору економіки: проблеми, пріоритети, перспективи: матеріали XIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 27-28 жовтня 2022 р. : Дніпро : ДДАЕУ, 2022. С. 316-317. URL: <https://dspace.dsau.dp.ua/bitstream/123456789/8373/1/1.pdf>.*
3. Іванова І.В. Забезпечення культуровідповідності професійної іншомовної освіти. Педагогіка XXI століття: сучасний стан та тенденції розвитку : колективна монографія : у 2 ч. / відп. за випуск О. Є. Карпенко. Львів-Торунь : Ліга-Прес, 2021. С. 141-167. DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-241-1-6>
4. Довгун І. М. Роль іноземної мови у формуванні професійної компетентності майбутніх фахівців економічного профілю. 2015. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/9b1a3877-e8fc-4aaf-860a-cecf1284bdfc/content>.

Наукове видання

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

Збірник матеріалів
XVI Всеукраїнської науково-практичної конференції.
(Черкаси, 18-19 квітня 2024 р.)

Тексти друкуються в авторській редакції

Відповідальні за формування збірника:
Азьмук Надія Анатоліївна
Кузнецова Наталія Богданівна
Боровик Тетяна Михайлівна

Гарнітура Times New Roman. Ум. др. арк. 24,45.

Україна, 18028, м. Черкаси, вул. В'ячеслава Чорновола, 243
тел. (0472) 64-10-00; E-mail: public@csbc.edu.ua
URL: www. <http://csbc.edu.ua>