

THE JAN KOCHANOWSKI UNIVERSITY

II INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE

**ECONOMY DIGITALIZATION
IN A PANDEMIC CONDITIONS:
PROCESSES, STRATEGIES,
TECHNOLOGIES**

February 4-5, 2022

Proceedings of the Conference

**Kielce, Poland
2022**

UDK 33(08)

Ec800

Organising Committee

Andrzej Pawlik	Professor, dr hab., Head of the Institute for Entrepreneurship and Innovation, State University of Jan Kochanowski, Poland.
Pawel Dziekański	dr., Professor, State University of Jan Kochanowski, Poland.
Bogoyavlenska Yuliya	Ph.D, Assistant Professor in Economy, Department of Personnel Management and Labour Economics Zhytomyr State Technological University, Ukraine.
Rita Bendravičienė	Dr. of Management and Administration, Associate Professor, Dean of Faculty of Economics and Management, Vytautas Magnus University, Lithuania.
Galina Ulian	Professor, Dr. of Economics, Dean of Faculty of Economic Sciences, State University of Moldova.
Martina Diesener	Professor, Dr. of Economics, Head of Faculty of Economics and Management Science, Universitat Leipzig, Germany.
Olga Chwiej	Associate Professor, Dr. of Economics, freelancer scientist, Poland.
Shaposhnykov Kostiantyn	Professor, Dr. of Economics, Head of Department of Research and Certification of Scientific Personnel, Institute of education content modernization, Ministry of Education and Science of Ukraine.
Yuliana Dragalin	Ph.D, Dr. of Economics, As. Professor, Dean of Faculty of Economic Sciences, Free International University, Moldova.

Economy digitalization in a pandemic conditions: processes, strategies, technologies: Proceedings of the II International Scientific Conference (February 4-5, 2022. Kielce, Poland). Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2022. 168 pages.

Contents

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

Горбачова І. В.

ГЛОБАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ

СВІТОВОГО АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ..... 1

Тимченко К. С.

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ВИНОГРАДНО-ВИНОРОБНОЇ
ПРОМИСЛОВОСТІ ШЛЯХОМ СПІВРОБІТНИЦТВА

УКРАЇНИ ТА ПОЛЬЩІ 5

Szewczenko Yu. A.

PROBLEMY Z REGULACJĄ PODATKOWĄ

W WARUNKACH COVID-19 13

Shevchenko V. Yu.

INTERNATIONAL ENERGY PRICES VOLATILITY

AND DIGITALIZATION APPLICATION..... 20

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

Alekseienko N. M., Maltsev M. A.

DIVERSIFICATION OF THE RURAL ECONOMY

IN THE DECENTRALIZATION AND COVID CRISIS CONDITIONS:

A NEW METHODOLOGICAL VIEW ON THE SOCIOECONOMIC

DEVELOPMENT «GENERATOR» INSTITUTION 26

Stakhova K. O., Demydonok I. A.

GREEN ECONOMY AND GREEN FINANCE IN THE CONTEXT

OF THE PROBLEMS OF SUSTAINABLE RURAL DEVELOPMENT 31

Andrzej Pawlik, Paweł Dziekański,

Magdalena Wrońska, Urszula Karpińska

LOCAL ENTREPRENEURSHIP AS A FACTOR OF SOCIO-ECONOMIC

DEVELOPMENT OF COMMUNES IN THE ŚWIĘTOKRZYSKIE

VOIVODESHIP DURING THE COVID PANDEMIC 19 36

Kuvaldina O. O.

CORPORATE INCOME TAX: CHALLENGES DURING COVID-19..... 43

Mazur A. O., Kushneruk O. Y.

FISCAL RISKS IN THE SYSTEM OF BUDGETARY REGULATION OF

DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM ENTREPRENEURSHIP..... 48

Мищенко В. І., Науменкова С. В. ВДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЦИФРОВОЮ ТРАНСФОРМАЦІЄЮ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	52
Petrukha N. M., Hudenko O. D. BIOECONOMY IN THE CONTEXT OF INNOVATIVE TRANSFORMATION OF THE RURAL ECONOMY AND NATURAL-RESOURCE SECTOR	58
Petrukha S. V., Krupelnyska O. L. RURAL CONSTRUCTION IN THE CONDITIONS OF TRANSITION TO PROJECT FINANCING: MATTERS OF METHODOLOGY, THEORY AND PRACTICE	65
Хитра О. В. ІНТЕГРАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ СИСТЕМ.....	71
Ципліцька О. О. ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У СТРАТЕГІЧНОМУ ПЛАНУВАННІ ПРОМИСЛОВОГО РОЗВИТКУ	77
MODERN BUSINESS TECHNOLOGIES: E-COMMERCE AND VIRTUAL TRADE	
Kosovan O. V. CORONAVIRUS IMPACT ON TOP RETAIL E-COMMERCE WEBSITE TRAFFIC IN UKRAINE.....	83
ENTERPRISE ECONOMICS AND CORPORATE GOVERNANCE: MODERNIZATION OF BUSINESS PROCESSES	
Ковтонок К. В. ЦИФРОВІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ КОМПАНІЇ STARBUCKS	88
Kolesnyk M. V., Gritsenko E. V., Matviichuk A. S. BUSINESS PROCESS MANAGEMENT IN STRENGTHENING ENTERPRISE COMPETITIVENESS BY INNOVATION	94
Скопєнь М. М., Красавцева Л. Ю. ОПТИМІЗАЦІЯ ПРИБУТКУ У ВАРТОСТІ ЕКСКУРСІЙНОГО ТУРУ	99
Khadzhynova O. V. CORPORATE MODELS OF DIGITAL TRANSFORMATION OF ECONOMIC SECURITY SYSTEM	105

INNOVATIVE STRATEGIES FOR THE FORMATION AND USE OF HUMAN CAPITAL

Левіщенко О. С., Амеліна Н. К.

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

НА КОНСАЛТИНГОВИЙ РИНОК В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ 111

PROBLEMS OF MANAGEMENT AND MARKETING IN THE CONDITIONS OF DEVELOPMENT OF THE SOCIAL LIFTS

Бабух І. Б., Боднар М. Л., Суруджій Б. П.

ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ

ПРИ РОЗРОБЦІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ 116

Миков Д. М.

РОЛЬ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ 120

Питуляк Н. С.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНИХ ЛІФТІВ

В КОНТЕКСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ КОМУНІКАЦІЙ 124

ECONOMICS OF THE USE OF NATURE AND MODERN PROBLEMS OF ENVIRONMENTAL PROTECTION

Гуржий Т. О.

ЕКОНОМІЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ

СУЧАСНИХ КОМПАНІЙ 128

DEMOGRAPHY AND SOCIAL POLICY: AN INNOVATIVE CONTEXT

Шедяков В. Е.

НАРАЩИВАНИЕ ПРОДУКТИВНОЙ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ

ТКАНИ КАК ЗАДАЧА: УСЛОВИЯ ПАНДЕМИИ 133

FINANCE, INSURANCE AND STOCK TRADING: MODERNIZATION OF THE STRATEGIC PORTFOLIO

Яструбецька Л. С.

ОЦІНКА БЛАГОНАДІЙНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ

ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОТИДІЇ ФІНАНСОВОМУ ШАХРАЙСТВУ

НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19 138

**MODERN MATHEMATICAL METHODS,
MODELS AND INFORMATION TECHNOLOGIES
IN THE ECONOMY**

Скопень М. М., Стародуб О. П.

ОСОБЛИВОСТІ ШИФРУВАННЯ ТА ПРОГРАМУВАННЯ
ОБМЕЖЕННЯ ДОСТУПУ У БЕЗДРОТОВИХ МЕРЕЖАХ 144

**KNOWLEDGE MANAGEMENT
IN THE DIGITAL ECONOMY**

Максютенко І. Є.

ВИМОГИ ДО ФАХІВЦЯ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ 150

INNOVATION IN BUSINESS EDUCATION

Кравченко М. В., Козирь Є. А.

СТАН ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ
ТА РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ І НАУКИ
ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ 156

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

Горбачова І. В., к.е.н., доцент
Поліський національний університет
м. Житомир, Україна

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-1>

ГЛОБАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СВІТОВОГО АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ

Проблема продовольчої безпеки як для окремо взятих країн, так і для світової спільноти, значно загострилась унаслідок взаємопов'язаних глобальних потрясінь з одночасним стрімким технологічним трансформуванням галузі у поєднанні із суттєво зростаючим світовим попитом на продовольство. Ці процеси відбуваються в умовах падіння світової економіки, викликаного пандемією COVID-19. Важливо вивчити та проаналізувати чинники впливу на міжнародний агропродовольчий ринок, а саме введення додаткових торговельних обмежень, зростання цін на продукти харчування та збої у глобальних ланцюжках їхніх поставок тощо.

Метою роботи є оцінка проблем глобального агропродовольчого ринку з урахуванням трансформації міжнародного економічного простору.

Методологічну та теоретичну основу дослідження склали наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених в галузі економічної теорії, світової економіки, регіональної

економіки, економічної статистики, соціології, політології та правознавства.

Нинішній рівень продовольчого забезпечення населення світу, який за останні 50 років зріс більш ніж удвічі, не дозволяє досягти закріплених у Порядку денному ООН 17 цілей сталого розвитку на період до 2030 р. Незважаючи на постійне зростання виробництва їжі в усьому світі, кількість людей, які відчувають її дефіцит, також збільшується. Встановлено, що до бідного продовольством населення наразі приєднуються ще 100 мільйонів людей, які відчувають проблеми з доступом до їжі в результаті пандемії COVID-19, що може призвести до повсюдного голоду, йдеться у звіті «Пандемія, рецесія: глобальна економіка в кризі» з червня 2020 року [1]. Вплив пандемії на світові сільськогосподарські та продовольчі ринки стає все більш очевидним. Це проявляється у несприятливому макроекономічному середовищі, змінах на енергетичному, кредитному ринках, цінах на сировину тощо.

Існуючі тенденції мають певні ознаки глобальної кризи. Нові прогнозовані економічні умови, ймовірно, матимуть значний вплив на попит на продовольство, доступ до їжі та її якість протягом наступних кількох років. Міжнародна торгівля, сприяючи забезпеченню продовольчої безпеки багатьох країн, відіграє важливу роль у процесах адаптації. У короткостроковій перспективі, переміщаючи продовольство з надлишку в дефіцит, торгівля може забезпечити ефективний механізм для подолання дефіциту виробництва. Інтеграційні процеси в рамках світового аграрного ринку мають посилити адаптивну роль торгівлі в плані розширення доступу до продуктів харчування та впливу на розподіл прибутків і збитків між виробниками та споживачами.

Багато ключових гравців сільськогосподарської торгівлі відзначають відновлення зростання експорту та імпорту на відміну від стагнації, яка спостерігалася у 2015–16 рр. Експорт чітко підкреслює зростаючу важливість економік, що розвиваються, на світових аграрних ринках, хоча вершину рейтингу експортерів традиційно посідають Європейський Союз та Сполучені Штати. У той же час Бразилія, Китай, Індонезія, Індія значно збільшили свій торговий потенціал сільськогосподарської продукції на світовій арені та продовжують його нарощувати [1].

Також зріс імпорт сільськогосподарської продукції з п'ятірки найбільших імпортерів (ЄС, Китай, США, Японія, Канада) [2]. Проте країни, що розвиваються, також набувають все більшого значення з точки зору реструктуризації імпорту. Менш розвинені країни характеризуються більш швидким зростанням імпорту сільськогосподарської продукції, аніж експорту. Зокрема, Китай з кожним роком імпортує все більше сільськогосподарської продукції, що пов'язано зі стрімким зростанням населення та переробних потужностей країни та свідчить про продовження тенденції.

Важливим питанням є здатність задовольняти потреби в їжі за рахунок своїх світових запасів. Одним із ключових показників є кількість наявних у світі запасів зерна та їх «ліквідність», тобто доступність для закупівель на світовій арені. На початку пандемії COVID-19 у 2020 році вони досягли багаторічного максимуму. Виходячи з перших прогнозів ФАО щодо виробництва у 2020 році та споживання у 2020–2021 роках, світові запаси зерна досягнуть нового рекорду в 927 мільйонів тонн, що на 5% (44 мільйони тонн) збільшиться порівняно з попереднім

роком. При цьому навіть очікується певне збільшення їх обсягів – з 32,5% у 2019–20 до 32,9% у 2020–21 [2].

Однак, окрім абсолютного рівня запасів, не менш важливим є їх розподіл по країнах, експортерам та імпортерам, і, особливо, їх концентрація та локалізація. Із загальних запасів зерна 47% буде зберігатися в Китаї, де національні запаси можуть зрости другий сезон поспіль і досягти нового максимуму в щонайменше 439 мільйонів тонн [3]. При цьому істотного зростання цін на зерно на світовому ринку не спостерігається. Загалом у структурі міжнародної торгівлі товарами найбільшу частку займають кукурудза, соя, цукор та пшениця. Очікується, що попит на ці культури й надалі зростатиме через зростання населення. Вони характеризуються плоскими кривими витрат, а це означає, що невеликі зміни в динаміці ринку можуть мати значний вплив на конкурентоспроможність експорту. Слід також зазначити, що через широке виробництво пшениці вона продається на менші відстані, ніж інші три культури, що призводить до значної чутливості ефективності торгівлі залежно від неспокійних зовнішніх умов.

Отже, розвиток світового агропродовольчого ринку є одним із ключових питань сьогодення. Його діяльність відбувається на тлі бурхливих міжнародних подій економічного, соціального та політичного характеру. Незважаючи на позитивну динаміку виробничо-торговельних процесів, спостерігається тенденція до більш швидкого зростання попиту на продукти харчування зі збільшенням частки населення, що відчуває дефіцит продовольства.

Література:

1. Yatsenko, T. Tsygankova, I. Horbachova, O. Aksyonova, V. Osadchuk Trade-economic cooperation of Ukraine and China within COVID-19 Pandemic and in post-pandemic time. International Conference on Sustainable, Circular Management and Environmental Engineering (ISCMEE 2021) E3S 01031 Web Conf. Volume 255, 2021.

2. Agrarprodukte und Agrarmärkte in der Europäischen Union unter besonderer Berücksichtigung von Ökoprodukten, Tierschutzaspekten und Produkten aus der Region. URL: <http://orgprints.org/1652/1/agrarprodukte.pdf> (дата звернення: 19.01.2022).

3. O. Yatsenko, T. Tsygankova, Yu. Zavadaska, I. Horbachova, O. Khoroshun Global agri-food market: consumer trends and trade problems // Financial and credit activity: problems of theory and practice. – 2020. – Vol 4. – No 35. – P. 440–448.

Тимченко К. С., аспірантка

*Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-2>

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ВИНОГРАДНО-ВИНОРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ШЛЯХОМ СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ ТА ПОЛЬЩІ

Виноробна галузь України протягом кількох десятиліть оцінюється економістами як перспективна і має високий потенціал розвитку. В даний час через тенденції активного розвитку світового ринку виноробної продукції, зростання споживання вина та посилення конкуренції з боку винних країн, питання конкурентоспроможності та можливостей процвітання даної галузі в Україні заслуговують на особливу увагу.

Визначення «інновація» з'явилося вперше у ХІХ столітті у наукових дослідженнях культурологів та звучало як запровадження деяких елементів однієї системи до іншої. Надалі, з розвитком суспільних відносин, дане визначення еволюціонувало і зазнало значних змін.

Проте зміни економічних умов функціонування виноробних підприємств як України, так і поза її межами, загострення конкуренції з іноземними виробниками вказують на необхідність подальшого вивчення питань розвитку виноробної галузі та пошуку шляхів вирішення проблем, що стримують розвиток виноробних підприємств.

Інноваційний кластер, будучи найбільш ефективною формою досягнення високого рівня конкурентоспроможності виноградно-виноробної промисловості України а Польщі, є неформальним об'єднанням різних організацій (дослідних центрів, промислових компаній, індивідуальних підприємств, органів державного управління, громадських організацій, вузів тощо). Об'єднання в інноваційний кластер виноградно-виноробної промисловості на основі вертикальної інтеграції формує не спонтанну концентрацію різноманітних технологічних винаходів, а строго орієнтовану систему поширення нових знань, технологій та інновацій. При цьому формування мережі стійких зв'язків між усіма учасниками кластеру є найважливішою умовою ефективною трансформації винаходів в інновації, а інновацій – конкурентні переваги [5].

Генерація інновацій виноградно-виноробної промисловості України та Польщі у такому кластері здійснюється на рівні технологій, товару, маркетингу та організації робіт. Мережева структура інноваційного кластера виноградно-виноробної промисловості спрощує його учасників доступ до фінансових ресурсів, нових знань та технологій, нових

маркетингових стратегій та інформації про стан ринку та запити споживачів продукції [3].

Інновації відіграють значну роль процесі адаптивного розвитку підприємств виноробної галузі України та Польщі. Виявлено, що на території виноробні заводи традиційно спеціалізувалися на виробництві плодово-ягідного вина, оскільки є розвинена сировинна база. В роботі зазначається, що виноробні підприємства є складовою агропромислової інтеграції, для якої виділено та розкрито особливості інновацій (селекційно-генетичні, виробничо-технологічні, організаційно-управлінські, економіко-соціо-екологічні), як ключових елементів адаптивної моделі розвитку [1].

Основними сортами в Україні є Аліготе, Бастардо магарацький, Каберне Совіньйон, Мерло, Мускат, Одеський чорний, Піно, Рислінг тощо.

Хоча існує тенденція до зменшення кількості виробництва вина в порівнянні з 2016 роком, проте у 2020 році було виготовлено 119 мільйонів літрів вина. У 2020 році Україна експортувала 14,4 мільйона літрів вина, що вдвічі більше, ніж у 2019 році, хоча імпорту вина в Україну в 2020 році зріс на 22% порівняно з 2019 роком. Незважаючи на це, в Україні розвивається виноградно-виноробна галузь.

Як відомо, вино з України користується попитом, так як вирощується в екологічних умовах.

Як відомо, сучасні інноваційні технології вирощування винограду вимагають удосконалення стандартної системи утримання ґрунту та розробки методів діагностування його фізико-механічного та хімічного стану для кожної області, району, господарства, поля і навіть ділянки.

Щоб визначити придатність даної ділянки обробітку, необхідно провести його діагностику: визначити вміст основних елементів живлення в ґрунті (N, P, K), кислотність

(рН), вміст гумусу та ін., тобто з'ясувати, наскільки вона придатна для вирощування тієї чи іншої культури і якщо так, то який саме сорт, наприклад, винограду, підходить для вирощування.

На основі аналізу результатів діагностики ґрунтів треба приймати агрономічні рішення: що вирощувати, які добрива вносити, яку систему обробітку ґрунту застосовувати – орати чи розпушувати, дискувати, культивувати тощо. При цьому одразу визначати норми внесення добрива для поповнення ґрунту необхідними поживними речовинами та елементами живлення ще до початку закладання або перезакладання виноградників. Це є важливим в інноваційній технології виноградно-виноробної промисловості.

Все більше і більше виноробів використовуючи інноваційний розвиток виноградної промисловості звертаються до біодинамічного виноградарства (так званого вирощування винограду), тому що це не тільки допомагає зберегти дорогоцінний ґрунт, але і багато хто вважає, що з біодинамічно вирощеного винограду просто виходить найкраще вино. На дегустації 2004 року, під час якої біодинамічні вина порівнювалися з традиційними сортами вин, біодинамічні вина виграли вісім із 10 разів і один раз зіграли внічию [4]. Це означає, що в цьому сліпому тісті на смак звичайний виноград перевершує тільки один з 10 разів біодинамічний!

Він популярний у країнах ЄС завдяки популярній в Україні технології виробництва вина. Польська делегація на чолі з маршалом Західно-Поморського воєводства Ольгердом Геблевичем разом із першим заступником голови Одеської обласної ради Олегом Радковським взяли участь у Конференції виноробства України в Центрі культури вина Шабо.

Сьогодні виноградарство та виноробство в Одеській області є перспективним сільськогосподарським напрямком. Тому, за оцінками експертів, Україна має 15 великих природно-виноробних регіонів та 58 підрайонів, що дають змогу виробляти унікальні сорти виноробної продукції.

Варто розвивати винний туризм, наприклад, популяризацію вина та оригінальної ремісничої продукції в Україні, популяризацію подорожей до країн ЄС. Тому в Україні діє проект ЄС «Географічні зазначення», одним із елементів якого є розробка, впровадження та розвиток українських винно-гастрономічних туристичних маршрутів. Такі маршрути вже є в Європі і користуються великою популярністю у туристів. Наявність такої дороги спрощує відпочинок туристів, адже маршрут враховує все: як дістатися, куди піти, де оселитися, куди піти, де поїсти та випити.

Інноваційна діяльність має певний ступінь ризику та невизначеності розвитку виноградно-виноробної промисловості України та Польщі, у зв'язку з цим виникає необхідність забезпечення апарату управління оперативною, достовірною та повною інформацією про можливості інноваційного розвитку. Ефективність управлінських рішень, що приймаються, залежить не тільки від обсягу одержуваної інформації, але й більшою мірою від якості застосовуваних аналітичних методик дослідження даної інформації, які забезпечать всебічне проведення інноваційного аналізу та розробку на основі його результатів заходів, спрямованих на збільшення інноваційно-інвестиційної привабливості виноградно-виноробних підприємств [2].

Поширеною є удосконалена технологічна схема виробництва червоних сортових вин серед співпраці України

та Польщі, що передбачає доброжування виноматеріалу на меззі для покращення органолептичних показників [7].

Факторами антропогенного впливу є і система агротехніки та технології переробки винограду. При термовинофікації по-перше, процеси екстрагування та бродіння одночасні, оскільки зброджується пофарбоване сусло з мезги. По-друге, можна регулювати температурний режим, якщо необхідно, успішно переробляти виноград, частково уражений цвіллю, що неможливо здійснити при класичному бродінні мезги. По-третє, легко вирішується різноваріантність та потоковість технологічних процесів.

Термовинофікація – це сучасний спосіб виробництва червоного вина. Включає два терміни: термо і vinification, що означає «виноробство з нагріванням». Використання цього методу забезпечує високу економічну ефективність, потоковість технологічного процесу з повною механізацією та автоматизацією операцій, інактивацію шкідливих мікроорганізмів, зменшення доз сульфїтації та високу якість одержуваних червоних вин типу «резерв». При зброджуванні застосовуються дубові ємності. Їх особливі властивості і структура дуба створює оптимальні умови для нього, що застосовується в ході витримки вина на осаді. Полягає в тому, що осад з дна бочки періодично змучують спеціальною жердиною – батонажем. Поступово осідаючи на дно, осад покращує структуру молодого вина та покращує його ароматику дозрівання та правильного бродіння винних дріжджів. Дубильні речовини та таніни надають напоям незвичайний смак, аромат та інтенсивний колір готового вина [2].

Наступним кроком в інноваційній промисловості виготовлення вина є використання бочки для винофікації, ємністю 500 л, оскільки вона відповідає необхідним

економічним, практичним та смаковим критеріям. Бочка для винофікації – це синтез дерев'яної бочки та резервуару з нержавіючої сталі. Вино залишається в бочці на час винофікації, після чого в ній відбувається яблучно-молочне бродіння. Протягом усього цього часу бочка 500 л обертається, щоб максимально витягти таніни та ароматичні складові винограду.

Ще як інновацію в розвитку виноградно-виноробної промисловості після закінчення спиртового бродіння, коли бочка містить приблизно 25% «газоподібної хмари», було вирішено повністю заповнити бочку. При цьому мезга, що знаходиться на поверхні, виявляється зануреною, і цей процес називається наполяганням танінів. Перші органолептичні аналізи показали, що ця технологія забезпечує чудову якість танінів. Результати вселяють оптимізм [6].

Сьогодні йде тенденція диференціації виноградно-виноробної промисловості. Охоплення традиційних імпортерів та дистриб'юторів становить близько 65% ринку. Інша величезна сила, що зростає, – це прямий імпорт супермаркетів або спеціалізованих роздрібних торговців – близько 21%. Частка спеціалізованих ритейлерів в імпорті вина становить 15%, що є чимало. І трапляється так, що іноді найбільшими імпортерами італійських вин є спеціалізовані роздрібні продавці, тому ви повинні тримати їх у центрі уваги.

Отже, для стимулювання і розвитку підприємств виноградно-виноробної промисловості в умовах євроінтеграції, доцільно запровадити інноваційні механізми, які б підвищували якість продукції, сприяли освоєнню зовнішніх ринків, дозволили знизити собівартість продукції, допомогли боротися із виробництвом та продажем

фальсифікованої продукції. Між Україною і Польшею склалися відносини співпраці у виноградно-виноробній промисловості, які проявляються в інноваційних методах розвитку зазначених вище. Питання залучення у виноградно-виноробну галузь довгострокових інвестицій постає досить гостро та потребує державної підтримки.

Література:

1. Виноградарство і виноробство : міжвідомчий тематичний науковий збірник, присвячений 100-річчю Національної академії аграрних наук України / НААН, ННЦ «Інститут виноградарства і виноробства ім. В.С. Таїрова». – Одеса : ННЦ «ІВіВ ім. В. С. Таїрова», 2018. – Вип. 55. – 160 с.

2. Зеленянська Н.М. Вплив різних рівнів передполивної вологості ґрунту виноградної шкілки на якість щеплених саджанців винограду / Н. М. Зеленянська, В. В. Борун // Таврійський науковий вісник : науковий журнал. – Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2018. – Вип. 101. – С. 29–36.

3. Инновационные технологии продуктов брожения и виноделия: учеб. / С.В. Иванов, В.А. Домарецкий, В.Л. Прибыльский и др. // под общ. ред. д-ра хим. наук, проф. С.В. Иванова. – К.: НУПТ, 2012. – 487 с.

4. Інновації в виноробстві. URL: <https://vinograd.info/stati/stati/innovacii-v-vinodelii-i-vinogradarstve.html>

5. Седікова І.О. Інноваційна діяльність як фактор економічного зростання підприємств виноробної галузі // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. Вип. 16(2). С. 92–95.

6. Система сертифікованого виноградного розсадництва України / [Я.М. Гадзало, В.В. Власов, Н.А. Мулюкіна та ін.]. – Київ : Аграрна наука, 2015. – 288 с.

7. Топов А.Г. Інвестиційно-інноваційний розвиток виноградарсько-виноробного підкомплексу [Текст] : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / Топов Аркадій Георгійович ; Нац. акад. аграр. наук України, Нац. наук. центр «Ін-т аграр. економіки». Київ, 2017. 20 с.

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-3>

PROBLEMY Z REGULACJĄ PODATKOWĄ W WARUNKACH COVID-19

Cyfryzacja, globalizacja, innowacyjność i rozwój korporacji high-tech w ostatnich latach silnie wpłynęły na działalność i relacje gospodarcze między krajami na całym świecie. Związek pogłębił się albo stawał się bardziej niezależny. Dzięki rozwojowi technologii i ich rozprzestrzenianiu się nowy kryzys w postaci COVID-19 był łatwiejszy do zniesienia dla krajów i dał silny impuls do szybkiego rozwoju takim gigantom korporacyjnym jak Apple, Google, Facebook i Amazon.

Innowacje i ich formy mogą mieć postać towarów i usług, które są trudniejsze do obliczenia i prowadzenia rachunkowości podatkowej. Jednak każdy kraj na tym etapie rozwoju gospodarczego jest dużo zależny i będzie zależał od istnienia firm high-tech.

Problemem jest jednak opodatkowanie zysków takich korporacji, a także regulowanie nieprzewidywalnego wzrostu ich pozycji monopolistycznej. Również w warunkach pandemii mechanizm podatkowy stał się bardziej skomplikowany, a kontrola nad otrzymywaniem zysków od korporacji high-tech stała się bardziej czujna. Aby zachęcić i rozwinąć inwestycje, rozwój małych i średnich przedsiębiorstw, kraj opracował szereg środków mających na celu poprawę sytuacji ekonomiczno-finansowej przedsiębiorstw w pandemii. Nowym zjawiskiem jest to, że rozwój zaawansowanych technologicznie korporacje

wywołał wiele debat wśród podatników. Kluczową kwestią była jurysdykcja korporacji i zdolność do płacenia podatków. Kraje zaczęły tworzyć specjalny podatek regulacyjny, aby wypełnić luki w ustawodawstwie krajowym i międzynarodowym.

Na przykład, zbadałem lukę w prawie podatkowym Ł. Błoński w 2020 roku całkowita sprzedaż Amazona wyniosła 44 mld dolarów. Mimo tak wysokich obrotów korporacja zadeklarowała straty w wysokości 1,2 mld dolarów. W ten sposób korporacja nie zapłaciła podatku od osób prawnych [1].

Regulacja przedsiębiorstw i ich opodatkowanie w warunkach COVID-19 ma charakter ochronny, ale niektóre środki mają na celu stymulowanie inwestycji, wspieranie zatrudnienia, zapewnienie zrównoważonego rozwoju i ochrony środowiska (emisje CO₂, wykorzystanie zasobów naturalnych, recykling chemikaliów i ich podwójne użycie, zachęcają rozwój alternatywnych źródeł energii itp.).

Według OECD wiele krajów wdrożyło swoje środki, które są stałe lub tymczasowe na okres kwarantanny lub innych środków ograniczających. Na przykład różne prowincje i terytoria w Kanadzie wdrożyły rozbudowany system środków wsparcia w celu przyciągnięcia inwestycji. Tym samym Quebec wprowadził 30% ulgę podatkową od kapitału synergii, która obowiązuje po 31 grudnia 2020 r. Ulga podatkowa zostanie przyznana korporacjom niepodlegającym zwrotowi, z zastrzeżeniem rocznej kapitalizacji w wysokości 225 000 amerykańskich dolarów, a także nabywanie udziałów w spółkach z zakresu nauk o życiu, produkcji lub przetwarzania, zielonych technologii, sztucznej inteligencji czy technologii informatycznych. Podczas gdy Ontario wprowadziło ulgę podatkową dla możliwości regionalnych, 10% ulgę podatkową od podatku dochodowego od inwestycji kapitałowych dokonanych przez prywatne kanadyjskie korporacje w budynki handlowe i przemysłowe oraz powiązane

aktywa. To z kolei, Terytoria Północno-Zachodnie od 1 stycznia 2021 obniżyły stawkę podatku dochodowego od osób prawnych z 4% do 2%. Yukon obniża stawkę podatku dochodowego od małych firm z 2% do 0%, podnosząc podatek od składek ubezpieczeniowych do 4%, aby pokryć deficyt [2].

Włochy wprowadziły szereg środków regulujących działalność korporacji. Na przykład, zapłata podatków, które zostały już zawieszane lub odroczone, została przesunięta na styczeń 2021 roku w odniesieniu do 50% należnej kwoty. Należy zauważyć, że zapłata podatków regionalnych została przesunięta na kwiecień 2021 roku dla tych firm, które stosują syntetyczne wskaźniki wiarygodności podatkowej i odnotowują 33% spadek obrotów w 2020 roku w porównaniu z 2019 rokiem. Do grudnia 2020 roku wstrzymano płatność VAT, SSC i PIT. Takie środki były dopuszczone dla firm, osób fizycznych-przedsiębiorców i osób prowadzących działalność na własny rachunek, których dochód zarejestrowany w 2019 roku nie przekraczał 50 mln euro, pod warunkiem, że zmniejszenie dochodów w listopadzie 2020 roku wyniesie co najmniej 33% dochodów dla odpowiedniego miesiąca 2019 roku.

Podobnie jak wszystkie inne kraje, Niemcy wprowadziły szereg środków w celu ustalenia uproszczonych odpisów amortyzacyjnych dla majątku ruchomego. Maksymalny poziom rezerwy podatkowej na prace badawczo-rozwojowe został również podwyższony o 6 lat. Dla firm, które dostarczają swoim pracownikom samochody, przewidziano zwolnienie podatkowe na prywatny użytek samochodu służbowego napędzanego «zielonym» paliwem.

W Republice Południowej Afryki, w obszarze podatków od wynagrodzeń, kwalifikujące się przedsiębiorstwa mogą odroczyć 20% zobowiązań podatkowych swoich pracowników na kolejne cztery miesiące i część poprzednich płatności podatku

dochodowego od osób prawnych. Podczas gdy udział odroczonego podatku od pracowników zostanie zwiększony do 35%, a limit dochodu brutto dla obu odroczeń zostanie zwiększony z 50 milionów randów afrykańskich do 100 milionów. W przypadku dużych przedsiębiorstw (o dochodach brutto powyżej 100 mln randów) można odroczyć płatności podatku bez kar.

W Argentynie przedłużono termin składania sprawozdań dla systemu podatników na systemie Monotributo. Obniżono stawki podatkowe dla sektora opieki zdrowotnej od operacji debetowych i kredytowych. Cła eksportowe na usługi dla przedsiębiorstw zarejestrowanych w trybie promocji zostały obniżone z 5% do 0%. Również dla przedsiębiorstw z obszaru nauki i innowacji stopa eksportu wyniosła 0%. Stawka cła została obniżona do 0% na wszystkie leki i produkty [2].

Dla wizualizacji i porównywalności stworzyliśmy tabelę z opisem i charakterystyką zastosowanego i wdrożonego środka, nazwą kraju, rodzajem podatku, a także głównymi celami wprowadzenia takiego podatku. Wyróżniliśmy takie kraje jak Australia, Chile, Chiny, Finlandia, Japonia, Rzeczpospolita Polska, Wielka Brytania i Stany Zjednoczone (tabela 1).

Tabela 1

Kraj / Rodzaj podatku / Opis środka podatkowego
Australia (CIT/ Wsparcie inwestycji)
Rząd zwiększył natychmiastowy odpis aktywów do 150 000 amerykańskich dolarów (z 30 000 amerykańskich dolarów). Próg jest stosowany na podstawie aktywów, więc zainteresowane firmy mogą natychmiast odpisać kilka aktywów, każdy o wartości co najmniej 150 000 amerykańskich dolarów. Zakupiony przed 31 grudnia 2020 r. W ramach budżetu na 2020 rok 21 firm miało dodatkowe sześć miesięcy do 30 czerwca 2021 r., aby po raz pierwszy wykorzystać te aktywa.
Chile (Wsparcie inwestycji)
Przejściowe obniżenie stawki podatku dochodowego (z 25% do 10%) dla małych i średnich przedsiębiorstw, do dochodów uzyskanych w latach 2020-2022. Natychmiastowa amortyzacja środków trwałych, dokonywana od 2020 do 31 grudnia 2022 roku. Wprowadzone zostaną specjalne środki zapobiegające nadużyciom podczas korzystania z tego świadczenia.
Chiny (Podatki od wynagrodzeń i siły roboczej / CIT / Wsparcie inwestycji)
Premie i dotacje wypłacane pracownikom służby zdrowia pracującym z COVID-19 są zwolnione z podatku PIT. Specjalne ulgi podatkowe dla firm zajmujących się produkcją podstawowych towarów związanych z ochroną i odstraszeniem COVID-19. Obejmuje to 100% kosztów inwestycji w sprzęt w celu zwiększenia mocy produkcyjnych. Firmy/projekty produkujące chipy mniejsze niż 28 nm będą zwolnione z podatku dochodowego przez okres do 10 lat. Firmy produkujące chipy od 65 nm do 28 nm otrzymają pięcioletnie zwolnienie z podatku i/lub 50% zniżki od stawki podatku od osób prawnych przez kolejne 5 lat.
Finlandia (Podatek dochodowy / Wsparcie zatrudnienie lub rozwijaj umiejętności)
Przejście na transport niskoemisyjny wspiera reforma podatkowa. Obniżone zostaną opodatkowane koszty transportu elektrycznego wykorzystywanego jako transport służbowy, a korzyści płynące z ładowania transportu elektrycznego w pracy i w publicznych miejscach ładowania będą wolne od podatku w latach 2021-2025. Ponadto uproszczone zostanie opodatkowanie biletów podróży, a rowery korporacyjne staną się zwolnione z podatku do 1200 euro.
Japonia (CIT/ Podatki związane ze środowiskiem / Zachęcania do konsumpcji)

<p>Aby pokryć deficyt firm z kapitałem powyżej 100 mln jenów i poniżej 1 mld jenów, możliwe będzie zastosowanie systemu zwrotu podatku od osób prawnych poprzez zwrot deficytu, który zwykle stosuje się tylko do małych i średnich firm. Dotyczy deficytów powstałych w latach obrotowych kończących się 1 lutego 2020 r. do 31 stycznia 2022 r. Zmieniono klasyfikację stawki podatku akcyzowego w sferze środowiskowej. Kategorie taryfowe zostaną zrewidowane zgodnie z nowymi normami efektywności paliwowej do roku 2030. Transport z czystym olejem napędowym są wyłączone ze zwolnienia podatkowego na podstawie wymogów strukturalnych.</p>
<p>Rzeczpospolita Polska (Podatek dochodowy / Firmy nieposiadające osobowości prawnej / Dochód z samozatrudnienia / Wsparcie badania i rozwój/innowacje / podatek od wartości dodanej)</p>
<p>Ulgi podatkowe od dochodów uzyskanych w roku podatkowym poza granicami kraju (tzw. ulga podatkowa) były ograniczone. Kwota zmniejszająca podatek wynosi 1360 zł – przy podstawie obliczenia podatku nieprzekraczającej 8000 zł. Limit na wybór jednorazowego podatku został zwiększony do 2 mln euro. Istnieje możliwość skorzystania ulgi dla dziedzin badania i rozwój w trakcie roku podatkowego. W trakcie roku podatkowego konieczne jest przeprowadzenie badań, w ramach ustawy o PIT, których celem jest opracowanie produktów potrzebnych do zwalczania COVID-19. W przypadku zwolnienia dla dziedziny badania i rozwój konieczne jest ustalenie kwalifikujących się kosztów podatkowych zgodnie z katalogiem kosztów kwalifikowanych. W 2020 r. podatnicy dochodowy mogli przy obliczaniu zaliczek uwzględniać preferencyjną stawkę podatku w wysokości 5% od akceptowalnego dochodu (w celu przeciwdziałania COVID-19). Obowiązuje do końca epidemii COVID-19. Wprowadzono rozliczanie strat na początek 2020 r. jako odliczenie od zapłaty podatku dochodowego od osób fizycznych za 2019 r.</p>
<p>Wielka Brytania (Podatek dochodowy /Wsparcie inwestycji / Pracodawca/ CIT/ Wsparcie inwestycji / VAT)</p>
<p>Próg bazowy i dolny limit zysku zostały zwiększone do 9500 funtów z 8632 funtów. Utrzymano asystę osobistą i wyższą stawkę na poziomie 2021-2022 do kwietnia 2026 roku. Zachowano główny próg/dolną granicę zysku oraz górną granicę zarobków/górną granicę zysku na poziomach 2021-2022. Zniżki związane z tymi progami/dopłatami są również utrzymywane w latach 2021-2022 do 2026 roku. Ulgi podatkowe na inwestycje społeczne zostały przedłużone do kwietnia 2023 roku. Dodatek za pracę wzrósł do</p>

4000 funtów. Wprowadzono 130% zaliczki na kapitał na inwestycje w urządzenia i urządzenia ze stawką podstawową oraz 50% dopłatę za pierwszy rok na inwestycje w urządzenia i urządzenia ze stawką specjalną. Do 31 marca 2021 r. stawka VAT na usługi hotelarskie i rozrywkowe została czasowo obniżona. Zawarto Protokół o współpracy administracyjnej w zakresie podatku VAT i długów w ramach umowy o handlu i współpracy z UE. Przejściowo obniżona stawka VAT 5% dla branży turystycznej oraz pośrednia stawka 12,5% zostały przedłużone do 31 marca 2022 roku.

Stany Zjednoczone (Unikania wielokrotnego obciążenia podatkowego)

Departament Skarbu USA, według własnego uznania, odroczy płatności podatku bez odsetek lub kar niektórym osobom fizycznym i przedsiębiorstwom dotkniętym negatywnym wpływem, aby zapewnić dodatkową płynność gospodarce. Dodatkowo przedłuża możliwość ubiegania się o zwrot kosztów za 2016 rok. Zwiększono ograniczenia dotyczące datków na cele charytatywne zarówno dla osób fizycznych, jak i dla korporacji. Dla osób fizycznych limit 50% skorygowanego dochodu brutto zostaje zawieszony na 2020 rok. W przypadku korporacji limit 10% został podwyższony do 25% dochodu podlegającego opodatkowaniu. Przepis ten zwiększa również limit odliczeń za zapasy żywności z 15% do 25%. Rozporządzenie tymczasowo zwiększa wysokość kosztów odsetek, które firmy mogą odliczyć w zeznaniach podatkowych, zwiększając limit 30% do 50% dochodu podlegającego opodatkowaniu (skorygowanego) na lata 2019 i 2020.

Źródło: opracowanie autora na podstawie [2]

Należy zauważyć, że większość działań kraju dotyczyła wspierania inwestycji, zmniejszania obciążeń płac i pracodawców, stymulowania konsumpcji, obniżania lub zwalniania podatku VAT, wsparcia i ochrony środowiska.

Bibliografia:

1. Błoński, Ł. (2021), Global taxes in the post-COVID-19 era, Polish Economic Institute, Warsaw.
2. OECD : web-site. URL: <https://www.oecd.org/tax> (date of application 25.01.2022).

**Shevchenko V. Yu., Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor**
*National Taras Shevchenko University of Kyiv
Kyiv, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-4>

INTERNATIONAL ENERGY PRICES VOLATILITY AND DIGITALIZATION APPLICATION

The actual world economic growth is still unstable and disrupting under influence by the new COVID-19 spikes and specifics of post-pandemic recovery.

The pandemic economic recession since mid-2020 till 2021 have been resulting of global shocks generated by COVID-19 fast spread. Such shocks were complex and included medical, psychological, social, economic and financial shocks because of international spillover of new dangerous infection. Shocks seriously changed or disrupted supply and demand conditions on the global and domestic markets, supply chains, created the imbalances in the economic sectors.

In most countries the depression has been replaced by an economic recovery since the beginning of 2021. But the resumption of growth was accompanied by new shocks which bringing risks to the current and future state of various national economies.

This necessitates an analysis of the nature of shocks and risks, their features during the recovery period, especially in the fields of energy, food and industry.

Economic shocks can be considered as endogenous (internal) and exogenous as shocks caused by external factors. Endogenous shocks can be caused by significant changes in macroeconomic

parameters, such as rising inflation or business conditions, demand imparities. Endogenous shocks are influencing on supply, demand, output and productivity in the economy.

External (exogenous) shocks come from unexpected fluctuations in international markets: commodity prices, changes in supply and demand, value chains disruptions, trade wars, global financial markets and exchange rates fluctuations.

Pandemic lockdowns and economic depression affected shocks to the energy sector and demand depression primarily for oil, natural gas and electricity. The last two have some similar features such as a strong technological requirement for balancing supply and demand to keep operational resilience, a need to have reserved capacity, differentiated price structure, seasonable and weather adjustments, others. Therefore energy sector is sensitive to supply-demand movements and difficult for regulation.

Post-pandemic economic recovery has influenced on the demand increase for all types of energy. But such changes became asymmetric in countries and regions due to differentiated economic growth, structural problems, new waves of pandemic.

Second part of 2021 was marked with the energy sector volatility in many regions and especially in Europe in the form of a sharp rise of prices for energy resources, mostly for natural gas, and electricity.

The main systemic causes of energy prices volatility in Europe are the following:

- increase of demand for energy due to the restored economic growth;
- changes in global energy flows in 2021, in particular the reorientation of liquefied natural gas and coal for supply to Asia;
- insufficient mobility of renewable energy – dependence on natural conditions, limited storage of «green energy»;

- decommissioning of some coal-fired power plants important for balancing electricity market, the plans for closing nuclear power plants;

- insufficient filling of natural gas storage facilities in Europe and negative expectations of high energy demand in the event of a cold winter;

- large share of Russian natural gas on the European market has created a dependence from one source, at the same time in 2021 it was accompanied with limitations of natural gas supply from Russia such as cancellation of gas supply to spot market at current electronic auctions, accidents at Russian gas fields and pipelines, periodic stops of gas transportation for maintenance, political pressure for certification of Nord Stream-2 gas pipeline;

- imperfection of natural gas pricing system, use of different types of natural gas prices such as for long-term contracts by benchmarking to oil prices and for spot contracts based on quotations of the main gas trading platforms and commodity exchanges.

The price volatility is represented by the basic data on increase of average energy prices in the EU at the end of 2021 in comparison with 2019 [1, p. 4]:

Wholesale prices for natural gas: 429%

Retail prices for natural gas: 14%

Wholesale electricity prices: 230%

Retail prices for electricity: 7%

Energy prices volatility in Europe carries risks for private consumers and businesses. The main risks could be considered as the following:

- increased energy costs will cause risks to household solvency and challenges to corporate financial stability;

- negative expectations regarding the stability of energy supply;

- risks of maintaining the balance of gas supply and electricity systems;
- risks of instability due to insufficient diversification of energy supply sources;
- risks of reducing output and rising prices for gas- and electricity-intensive industrial products such as fertilizers, chemical products, power generation, ferrous and non-ferrous metals.

In response to such risks, the EU is implementing regulatory measures to address energy prices and overall sector stability. First of all, short-term measures include maintaining the solvency of energy consumers, stability and balance of supply, rationalization of energy consumption, reduction of energy losses etc.

Medium-term measures in energy sector should include: investments in renewable energy and energy efficiency, development of energy storage capacity to maintain of renewable energy: improve security of supply and operation of gas storage facilities in Europe; enhance a risk analysis and management in energy sector.

The complex nature of risks in the energy sector and economic impact of the current energy prices volatility have enforced the multi level activities for the digitalization of energy. Application of advanced digital technologies should improve a data processing in energy sector, identification of risks and effective response in order to improve stability of production, generation, distribution and use of energy. Electricity is a key area of digitalization application in Europe.

Advanced digital technologies could support energy system optimization and cost savings, system integration, enabling the data and operational design to balance supply and demand of energy locally and internationally. Digitalization could improve the utilization of the generating, reserve and grid capacity.

Digitalization of the energy system is carrying on the international, national and industry levels, maintaining cross-level coordination and integration, research and innovation cooperation, data and systems networking.

On the international level in response to current price volatility is expecting a multiple effects from the digitalization development and implementation according to the decision of the European Commission of the Digitalisation of Energy Action Plan [2, p. 3] started in 2022. The major outcomes in result of such digitalization plan implementation are expecting such as:

- creating the European data infrastructure to support a balanced and effective market for energy services;
- promoting of the best practices and innovations for servicing customers in energy;
- enhancing the application of digital technologies¹ in the energy sector by research and innovation;
- enhancing the cybersecurity of the energy sector;
- supporting the development of climate neutral solutions for the Information and Communication Technologies sector, promote cooperation between the energy sector and the digital sector.

On the national level digitalization application is targeting on the data management of the country's energy systems, balancing supply and demand, capacities better utilization, energy saving and customers servicing.

On the industry level digitalization application including different technologies for energy management, data processing, integrated technological systems. In order to provide digitalization integration, the technology companies developing or partnering or acquiring the software development capacities and firms.

The impact of energy prices volatility in European countries is differentiated by domestic and international factors, such as the intensity of COVID-19 cases, border and transport restrictions, conditions of international trade. Digitalization of energy would apply the advanced technologies such as Big Data and Artificial Intelligence in order to improve the system stability and efficiency. Digitalization of energy is requiring of fostering international coordination and cooperation for development and scaling of advance technologies for energy sustainability.

References:

1. Communication from the commission to the european parliament, the european council, the council, the European economic and social committee and the committee of the regions. Tackling rising energy prices: a toolbox for action and support European Commission. Brussels, 2021. 21 p. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2021%3A660%3AFIN&qid=1634215984101>
2. Action plan on the digitalisation of the energy sector. European Commission. Brussels 2021 4 p. URL: https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13141-Digitalising-the-energy-sector-EU-action-plan_en

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

**Alekseienko N. M., Candidate of the Department
of Construction Management**

**Maltsev M. A., Candidate of the Department
of Construction Management**

*Kyiv National University of Construction and Architecture
Kyiv, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-5>

**DIVERSIFICATION OF THE RURAL ECONOMY
IN THE DECENTRALIZATION AND COVID CRISIS
CONDITIONS: A NEW METHODOLOGICAL VIEW
ON THE SOCIOECONOMIC DEVELOPMENT
«GENERATOR» INSTITUTION**

In the contemporary world, the development of the rural economy, in general, and its agrarian sector, in particular, is paid great attention both by the business and state and local authorities. It is important for the business that agroindustrial production grows and, consequently, the rate of profit grows that makes this sector of the economy of Ukraine investment-attractive even in the conditions of the unabated COVID crisis, energy crisis, which for the first several months of the heating season alone has made every second enterprise processing agricultural raw material unprofitable [1]. For the authorities, agroindustrial institutes of the rural economy form the basis of ensuing its food security, development of rural territories aimed at the progress of the

implementation of the decentralization reform and Sustainable Development Goals [2]. Therefore, a special place in the Ukrainian economic system is held by the territories, which, having a quite low level of natural resource reserves and not falling into high-technology entities with the powerful potential of branch structures, have agroindustrial specialization enabling to achieve local food sovereignty. Said features of the economy of these rural territories determine the availability of the whole spectrum of problems in their development. In addition, a risky character of the agricultural production, unpredictable world economy fluctuations create, to rural territories, real difficulties caused by product competitiveness worsening, a low living standards of the population and an increase in socioeconomic development risks. In this connection, diversification of the economy of agroindustrial regions is one of the key tools of neutralization and minimization of said risks, which, among other things, can become a catalyst of attraction of investments in the rural economy.

A neoorthodox path of development of the rural economy is built on the agroindustrial enterprises activity diversification, which, when properly used, is an important tool of their development and creation of competitive advantages. However, the matters of diversification of the rural economy have been poorly explored both from the theoretical-methodological and practical viewpoints. In particular, a matter of the use of diversification of the economy of rural territories as a tool of their socioeconomic development has been left beyond scientific research so far. From the scientific viewpoint, the diversification involves the spread of the spheres of activities for the enhancement of the efficiency of an economic entity. From the practical viewpoint, the diversification serves as some tool enabling to redistribute resources within the socioeconomic

system in the required direction, in other words – to provide their concentration to achieve priority goals [3]. In this connection, for agroindustrial territories, the diversification acts as a specific economic tool of their development oriented towards formation of the multiagroindustrial production. However, the diversification has natural limits, which exceedance can lead to an increase in expenses and a decrease in the production efficiency. It should be remembered that, in the globalization conditions, agroindustrial regions – to be competitive – cannot longer rely on local resources only, they must become a part of the global network.

In other words, carrying out the diversification requires that both an agroindustrial enterprise and rural territories have available required resources and capabilities. A great role in the diversification implementation is played by specialists who should know how to manage technical systems at agroindustrial enterprises and fully understand how to combine all this within an enterprise to achieve a synergy effect. In addition, the maximum limit of multifunctionality implies the concurrent use of all possible spatial capabilities proposed by this rural territory while a limit of poor multifunctionality, on the contrary, is characterized by the opposite.

Diversification of the rural economy also consists in the diversification of the sales market of agroindustrial enterprises. One of possible directions of sales market diversification is the development of exports. In most agrarian territories of Ukraine, food product exports are currently an important item of their income [4]. It appears from this that, in these regions, it is important now to deal with exports of food products specially influencing the rural economy development. To estimate the export increase capabilities, it is proposed to use a relatively new indicator – the export potential index. The accuracy of the export

potential index calculation depends on the disaggregation scale. The larger the disaggregation scale is the more accurate the export potential index or concentration estimate is. As applied to agroindustrial products, a calculation of the export potential index as a dependent variable is carried out based on the calculation of gross regional product per capita as an explanatory variable, subject to a whole number of relative indicators.

Diversification is predominantly carried out by medium agroindustrial enterprises and, therefore, it is very important that held measures would provide minimization of risks of their development adjusted for already available and possible COVID problems. For these purposes, it is possible to implement a model of management of profit obtained from product exports. However, many agroindustrial enterprises see applying profit management models problematic because most agroindustrial productions being a part of agroprocessing holdings fail to carry out calculations by all indicators [5]. This circumstance complicates carrying out the diversification of their activities. It is impossible to conduct the diversification assessment until accounting of results of the performance of each agroindustrial production included in the holding and full accounting of results of the performance of each structural subdivision being at the level of the head office of the agroprocessing holding is established.

This gave us an idea to set the growth centers that involves redistribution of the resource base in favor of formation of mechanisms of independent development of the rural territory by selecting maximally promising economic activity branches and types distinguished by increased values of indicators of infrastructural development, private entrepreneurial activity, the level of quality of the labor capital and the scientific-educational potential concentrated in it. Such centers – economic

development generators – are essential to the development of the rural economy, interacting with key components and being interlinked with each other.

An economic prerequisite of the use of the «economic development generators» concept is the maximally possible concentration of limited resources within the boundaries of specific territories where such resources can afford to achieve the most efficient and long-lasting economic synergy effect. Finally, the formation of the mechanism of independent development of the business environment is strengthened by synergy partnership and elements of other economic development generators.

A rural economy development generator consists in a certain driving force of development of the economic system of the territory on the basis of the prevailing branch or type of economic activities combined with other branches. For efficient development of such cores, certain protectionism is needed from the local authorities as well. This enables to actively develop science-intensive initiatives as well as transfer the economic potential from already quite competitive branches and types of economic activities to those branches that have still not achieved, to a sufficient extent, the same degree of competitiveness.

References:

1. Pryrodnyi haz dlia promyslovosti [Natural gas for industry]. URL: https://fru.ua/images/doc/analytics/2021/pryrodny_gaz_dlia_promyslovosti.pdf
2. Petrukha S. V., Stakhov B. V. (2020) Suchasni vykyky stalomu rozvytku aharnoho sektoru ekonomiky Ukrainy: teoretyko-kontseptualni aspekty [Modern challenges to sustainable development of the agricultural sector of the economy of Ukraine: theoretical and conceptual aspects]. *Ahrosvit*, no. 8, pp. 49–71. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.8.49
3. Petrukha N. M., Petrukha S. V. (2020) Derzhavne rehuliuвання intehrovanykh korporatyvnykh obiednan v umovakh strukturno-instytutsionalnoi ta funktsionalnoi transformatsii silskoi ekonomiky: problemy metodolohii, teorii, sotsialno-ekonomichnoi ta sektoralnoi polityky: monohrafiia [State regulation of integrated corporate associations in terms of structural and institutional and functional

transformation of the rural economy: problems of methodology, theory, socio-economic and sectoral policy: a monograph]. Kyiv: TOV «Vydavnychiy dim «Profesional», 496 p.

4. Holian V., Petrukha S., Zablovskiy A. (2017) Zemelna reforma v Ukraini: Priorytety ta instytutsiini peredumovy pohlyblennia [Land reform in Ukraine: Priorities and institutional prerequisites for deepening]. *Ekonomist*, no. 8, pp. 8–17.

5. Melnykov O. V., Petrukha S. V., Petrukha N. M. (2021) Ekonomichne vidnovlennia silskykh terytorii: spivvidnoshennia fundamentalnogo ta prykladnogo aspektiv naukovoho doslidzhennia [Economic recovery of rural areas: the ratio of fundamental and applied aspects of research]. *Vcheni zapysky Universytetu «KROK»*, no. 1(61), pp. 176–193. DOI: 10.31732/2663-2209-2021-61-176-193

Stakhova K. O., Graduate student

Demydonok I. A., Graduate student

Financial Research Institute

State Educational and Scientific Establishment

«The Academy of Financial Management»

Kyiv, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-6>

GREEN ECONOMY AND GREEN FINANCE IN THE CONTEXT OF THE PROBLEMS OF SUSTAINABLE RURAL DEVELOPMENT

The problems of green economy, ecological modernization, greening of finances are beginning to be widely discussed in Ukraine, in particular in the framework of achieving the Sustainable Development Goals (SDGs) and sustainability of rural ontogenesis. However, the prospects for ensuring the sustainability of the environment through the modernization of production, the beginning of a green economy, as well as increasing the literacy of the population in the field of resource conservation and

environmental protection have not been yet determined. To date, the main priorities and indicators of development have been identified, but there is a gap in the lack of programs, both strategic and operational, that could be implemented despite the increased attention to this issue in recent years.

There are several reasons for the unfavorable environmental situation in Ukraine. First of all, it is the obsolete equipment and treatment facilities at agro-industrial enterprises. Therefore, the Government regularly initiates the modernization of the food industry and agricultural production. These attempts are also colored by economic inefficiency and low competitiveness of Ukrainian producers. However, in recent years there has been an awareness of the need for tough measures to stabilize and improve the environmental situation. Accordingly, the measures to reduce the socio-environmental inequality between the regions of Ukraine should be intensified, which should be aimed primarily at reducing harmful industries and minimizing harmful effects on the environment. These changes are part of a global program to move to the SDGs. Modern realities require an integrated approach to solving social, environmental and economic problems, so the transition to a green economy and greening of finances is inevitable, despite the fact that there is some resistance in the business community to it. However, the recent researches show that the green economy and finance can not only have a positive impact on the environment, but also be attractive for investment (green economy) and act as an investment source (green finance). Environmental monitoring and sociological expertise will play an important role in this process.

Since the middle of the last decade, a number of European Union member states, as well as the United States and Japan, have experienced the peak energy consumption both in industry as a whole and in agriculture. As a result, the share of coal and oil

consumption in the fuel and energy balance of these countries began to decline noticeably, and renewable energy sources were a segment of energy consumption that began to grow significantly [1]. The use of solar and wind energy has increased in almost all countries. Also in the US, Brazil, EU member states in the current decade there has been a noticeable increase in interest in biofuels (the limit of growth of this market segment at the current level of technology development was at a very high level – if in 2000 liquid biofuels produced per day could replace 187 thousand barrels of oil, in 2019 – already 1.8 million barrels [2]). Declining consumption of non-renewable fuel sources, especially coal and oil, indicates the movement of developing countries in the post-industrial model of development to a low-carbon, green economy. The reduction in energy consumption occurs against the background of achieving a high standard of living and economic growth, although not characterized by high rates.

Recently, the green economy, as an integral part of the concept of sustainable rural development, has been the subject of heated debate at both the global and regional levels. The green economy is especially reflected in the policy documents of the United Nations and its specialized agencies. It is worth noting the United Nations Environment Program (UNEP) 2008 and the Millennium Declaration 2000, replaced in 2015 by the UN General Assembly Resolution 70/1 «Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development», which became the foundation for global SDGs, which, we recall, in 2017 were ratified by Ukraine as well. Of course, 17 goals and 169 tasks, that include many of the provisions of the green economy and a third of which directly or indirectly relate to sustainable rural development, must be achieved by 2030. However, as previous experience of implementation of the Millennium Development Goals (MDGs) shows, there are a number of factors that hinder the full and

comprehensive achievement of this concept. And this is where green finance should «get engaged» as investments from public and private sources in the development and implementation of the projects and programs in the field of:

first, the rational (balanced) use of nature, including maintaining the sustainability of ecosystem services (e.g., water management, soil protection, biodiversity conservation);

secondly, production of ecological goods and services (e.g., production of nature-saving equipment and technologies, waste management, liquidation of oil spills, development of rural tourism [3]);

thirdly, the development of low-carbon technologies and the reduction of greenhouse gas emissions and/or adaptation to climate change and its effects (e.g., energy efficiency, breeding and use of drought-resistant varieties of crops, etc.). The latter component acts as a «climate finance», although it is often allocated to a separate category and considered as an independent object of study [4–5].

The broad interpretation of green finance and its role in sustainable rural development, in addition to the mentioned above, includes financial mechanisms to stimulate (subsidize) the implementation of alternative energy projects that reduce greenhouse gas emissions and adapt to climate change, such as special grid tariffs for energy from the renewable sources, as well as financial institutions–organizations and special regulatory and administrative support for their activities, specializing in the above mentioned green investments (e.g., carbon exchanges, which sell quotas for greenhouse gas emissions; funds such as Green Climate Fund), or green finance instruments and hedging (e.g., green bonds).

It should be noted that all the above definitions of green finance use a qualitative, although not very clear criterion – ensuring

activities to reduce environmental and climate risks of development. This leaves enough room for subjectivism to classify one or another type of economic activity as «green», which often happens, making it much more difficult to collect and analyze the necessary statistics. Possible ways to overcome this difficulty include, in particular, the allocation (labeling) of specific economic activities as «green» objects of national (international) statistics, especially in the system of national accounts (e.g., waste management; production of environmental equipment, etc.).

Thus, the development of a green economy and green finance in the context of sustainable rural development in the near future will require a more detailed and flexible approach to reduce the destructive effects, associated with the conjuncture of events of the new reality.

References:

1. Petrukha S. V., Korolenko M. V. Financial stability of the banking sector and security of the backbone bank activities in the exchange market in the context of national ability to implement the European green deal. *Integration of traditional and innovation processes of development of modern science*. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2020. P. 84–137. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-588-53-2-9>.
2. «Green» energy and biofuels: who in the world has successfully caught the wave of bioenergy. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/chista-energiya-dlya-novoji-ukrajini/zelena-energiya-i-biopalivo-dosvid-ukrajini-yevropi-ta-ameriki-50112746.html>
3. Dziamulych M., Shmatkovska T., Petrukha S., Zatsepina N. Rogach S., Petrukha N. Rural agritourism in the system of rural development: a case study of Ukraine. *Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*. 2021. Vol. 21. Iss. 3. P. 333–343.
4. Karlin M.I., Prots N.V., Tsymbalyuk I.O. (2017) Climatic finance: col. monograph; for the head ed. Dr. Econ. Sciences, Prof. M.I. Carlin. Lutsk: Vezha-Druk, 184 p.
5. Who is to blame: how climate change affects the financial result. URL: <https://mind.ua/publications/20229448-hto-vinnij-yak-vplivayut-klimatichni-zmini-na-finansovij-rezultat>

Andrzej Pawlik, drhab. prof. UJK
Uniwersytet Jana Kochanowskiego Kielcach
Kielce, Poland
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2319-6707>

Paweł Dziekański, PhD
Department of Economics and Finance
Jan Kochanowski University in Kielce
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4065-0043>

Magdalena Wrońska
Department of Economics and Finance
Jan Kochanowski University in Kielce
Kielce, Poland
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8368-154X>

Urszula Karpińska
Cooperative Bank in Kielce, Poland
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4032-8823>

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-7>

LOCAL ENTREPRENEURSHIP AS A FACTOR OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF COMMUNES IN THE ŚWIĘTOKRZYSKIE VOIVODESHIP DURING THE COVID PANDEMIC 19

Entrepreneurship is becoming the basis for the socio-economic development of the region in the conditions of transformation of the environment. It is one of the most important endogenous resources. Entrepreneurship contributes to the emergence of new economic entities, directly influencing the improvement of the level and quality of life of an individual as well as an increase in the welfare of the society. The structural features of the regions and the endogenous factors occurring in them mean that the regions differ in terms of the scale of entrepreneurial activity. The

factors enhancing the region's entrepreneurship and contributing to spatial disproportions include: demography of the region, the situation on the regional labor market, the viability of the region's economic structure, the quality of human capital, the prestige of entrepreneurs in the region, housing resources, infrastructure equipment, natural resources, transport accessibility, concentration of plants various industries and services, access to investment capital, the ability to absorb innovation, and access to knowledge and technological development. These factors lead to polarization and divergence of both regions and local areas.

Entrepreneurship is an interdisciplinary concept that is important for social and economic development. The distinguishing features of entrepreneurship include: the ability to use ideas and opportunities, dynamism, activity, tendency to take risks, the ability to adapt to changing conditions, perceiving opportunities and taking advantage of innovation. Entrepreneurship is an attitude and a way of living and running a business. In a market economy, stimulating and creating entrepreneurship is a necessary phenomenon. Entrepreneurship is characterized by many aspects and complexity. It is considered in terms of a process, a set of features, innovation and as a factor of regional development. Appropriately high level of local entrepreneurship is the basic factor of the region's development (the Act on the Principles of Development Policy). R. Brol (2006) emphasizes that entrepreneurship should be treated as an endogenous factor of regional development in the sphere of the regional economy. T. Markowski (2008) states that entrepreneurship is an attribute of social capital and in this context should be treated as a development factor. The development of entrepreneurship plays an important role in the development of the local economy, as it increases the production of goods and employment, increases the income of the population and the

commune's budget, and improves the satisfaction of local needs, creates new companies and jobs, goods and services, and contributes to the development of infrastructure, improving the quality of the natural environment, knowledge, qualifications and new skills of the local community.

The aim of the article is to analyze the entrepreneurship of communes in the Świętokrzyskie Voivodeship using a synthetic measure. The analyzes were carried out in the system of 102 communes of the Świętokrzyskie Voivodeship. The data from the Local Data Bank of the Central Statistical Office for the years 2017–2020 was used as the source material. In the process of creating a synthetic feature, the following stages were distinguished: 1) selection of variables describing the studied objects, 2) assessment of the preferences of the variables in relation to the phenomenon under consideration (their division into stimulants and destimulants), 3) division of the studied area into 4 quartile groups (Dziekański, Pawlik, Wrońska, Karpińska, 2020; Dziekański, Prus, 2020; Kukuła, 2000; Behzadian, Khanmohammadi Otaghsara, Yazdani, Ignatius, 2012; Pawlik, Dziekański, 2020; Malina, 2020).

Enterprises play an important role in the economy, they influence the competitiveness of the economy, stimulate its growth, and stimulate regional development. In 2017–2020, entities entered in the REGON register per 1,000 population in Poland were in the range of 112-122, and in the Świętokrzyskie Voivodeship 90-98. The smallest number of these entities in 2020 was in Waśniów 45, and the most in Kielce 152.

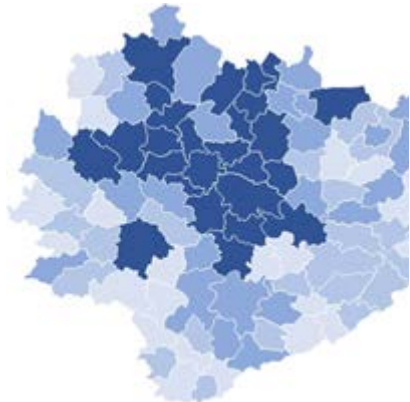
**Entities entered in the REGON register
per 1,000 population**

2020

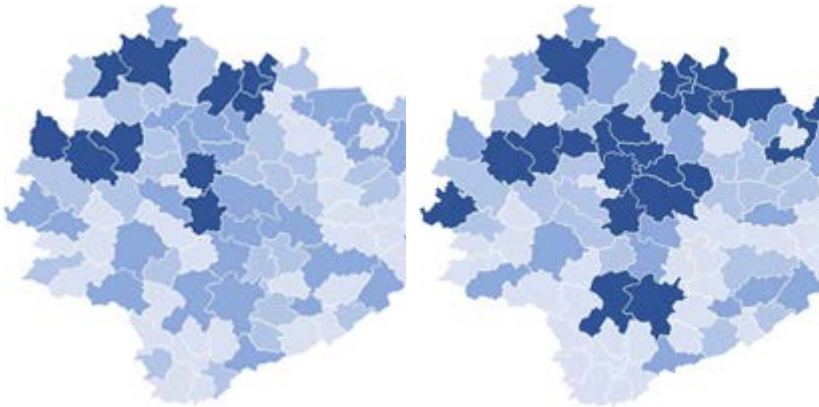
2017



**Newly registered units in the REGON
register per 1000 population**



**Units removed from the REGON register
per 1,000 inhabitants**



Natural persons running a business per 1000 population

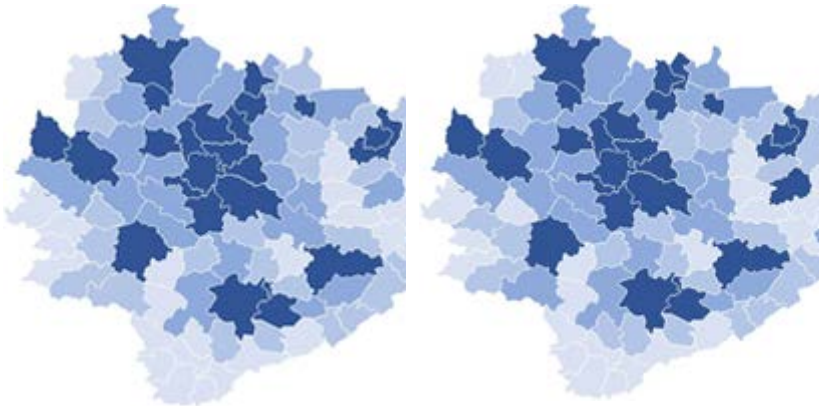


Figure 1 Spatial differentiation of the variables describing the entrepreneurship of communes in the Świętokrzyskie Voivodeship in 2017–2020

Source: Own study based on data from the Central Statistical Office of Poland (BDL)

The number of newly registered entities in the REGON register per 1,000 population was from 9.40 to 8.58 in Poland, and in the Świętokrzyskie Voivodeship from 7.75 to 6.9. The number of units removed from the REGON register per 1000 inhabitants was at the level of 8 to 4 in Poland, and in the Świętokrzyskie

Voivodeship at the level of 7 to 4. The number of natural persons running a business per 1000 population was at the level of 78 to 97 in Poland, and in the voivodship Świętokrzyskie at the level from 68 to 75.

Municipalities play an essential role in the economic and social system of the country. They are centers of economic and cultural activity. They carry out activities that are a combination of interrelated factors that create a multidimensional space.

The level of entrepreneurial activity varies regionally. The structural features of the regions and endogenous factors occurring in their area mean that the regions differ in terms of the scale of entrepreneurial activity. They also include: economic conditions, conditions for the development of entrepreneurial attitudes of the region's inhabitants, legal and institutional conditions as well as conditions for the functioning and development of business environment institutions

The communes of the Świętokrzyskie Voivodeship are spatially polarized in terms of entrepreneurship. As shown by the analysis, their entrepreneurship is determined by: the number of entities registered in the REGON register or the number of people running a business. In addition, entrepreneurship is influenced by: the nature of the economy (e.g. agriculture, industry, tourism) and the location in relation to a strong individual (especially urban). Rural and urban-rural communes, often characterized by a weak labor market, undeveloped SME sphere or traditional agricultural function, found themselves in a weaker situation. Communes located within the range of the influence of urban centers, especially the capital of the voivodeship – Kielce, and the cities of Ostrowiec Św., Sandomierz, Skarżysko-Kamienna, Starachowice, which created favorable conditions for the development of entrepreneurship, found themselves in a better situation. The group of communes with favorable conditions for

the development of entrepreneurship also included those communes with large enterprises, important for the entire region, employing local people. The poles of entrepreneurship were: the power plant in Połaniec and the cementing plant in Sitkówka-Nowiny. The municipalities with the least favorable conditions for the development of entrepreneurship are agricultural municipalities located peripherally to Kielce and other cities in the region.

References:

1. Behzadian M., Khanmohammadi Otaghsara S., Yazdani, M., Ignatius, J. (2012) *A state of the art survey of TOPSIS applications*. Expert Systems with Applications, 39(17).
2. Dziekański P., Pawlik A., Wrońska M., Karpińska U. (2020) *Demographic potential as the basis for spatial differentiation of the financial situation communes of Eastern Poland in 2009–2018*. European Research Studies Journal, vol. 23 no. spec. 2.
3. Dziekański P., Prus P. (2020) *Financial diversity and the development process : Case study of rural communes of Eastern Poland in 2009–2018*. Sustainability, vol. 12, no. 16.
4. Kukuła K. (2000) *Metoda unitaryzacji zerowanej*. Warszawa : Wyd. Naukowe PWN.
5. Malina A. (2020) *Analiza przestrzennego zróżnicowania poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego województw Polski w latach 2005–2017*. Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy, nr. 61(1).
6. Pawlik A., Dziekański P. (2020) *Atrakcyjność miast i gmin województwa świętokrzyskiego*. UJK, Kielce.

Kuvaldina O. O., PhD Student
Institute of Industrial Economics
of National Academy of Sciences of Ukraine
Kyiv, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-8>

CORPORATE INCOME TAX: CHALLENGES DURING COVID-19

The outbreak of COVID-19 pandemic led to a decline in the world's economy, trade volume, prices for goods and an outflow of capital from market economies. Businesses in many industries have faced or continue to face declining cash flows, disruptions in supply chains, and declining volume of production and sales. Forced introduction of quarantine restrictions in most countries of the world and in Ukraine has led to transformation of behaviour of economic entities at the level of both consumption and production. The level of companies' profitability has fluctuated significantly. Many sectors of the economy have experienced a sharp decline in demand for goods or services (retail, hotel and restaurant businesses, air transportation and others).

The COVID-19 pandemic was a factor that led to significant budget losses not related to changes in tax legislation or violations by taxpayers. Governments have taken comprehensive measures to support the economy and protect jobs and incomes. Many taxpayers face the following risks:

- market risk, as demand for some products and services has fallen;
- operational risk, as the pandemic disrupted supply chains and suppressed production;
- financial risk, as borrowing costs for some industries have increased and customers have delayed or failed to make payments [1].

The COVID-19 pandemic and quarantine measures taken by governments require that companies develop and implement strategies for saving and generating cash, doing business (such as work from home). The companies are forced to create new business strategies, review key terms of agreements with third parties, including requests for discounts or defer payment and accelerate digital transformation of the business.

Many multinational groups of distribution companies face challenges of transfer pricing in the process of digitizing operating processes. With more accessible IT infrastructure, easier access to IT service providers, and digital market trends / needs, global supply chains are becoming increasingly digital.

With digitalization of processes, new valuable intangibles and IPs are created. Apps, digital storefronts and artificial intelligence are used increasingly by distribution companies, which may lead to disruption of the traditional value chain and increase the business profitability. Due to COVID-19 crisis, digital solutions became more popular and had a great impact on the global economy. The operating models are moving online, and the traditional sales functions are becoming less important comparing to other functions, such as data collection and processing. For instance, gathering data from websites results in forming users' behaviour analysis, which helps companies to understand the market and create new valuable intangibles.

The tax authorities are trying to understand the challenges arising from digitalization and its influence on the transfer pricing model. For example, Mexican authorities are considering the impact of digitalization on the transfer pricing model for distributors, which play the key role in the Mexican economy. In Italy, the digital services tax (DST) has been recently enacted. The aim of the DST is to establish taxation of multinational companies on payments in relation to digital business. The

measures taken unilaterally, as described above, stipulate that the global tax environment is not united, contains discrepancies and lacks certainty. This creates the need for multilateral agreements between the countries. Such agreements shall be based on new taxing principles (such as the OECD pillar one project) [2].

In order to help tax administrations and international groups of companies find mutually satisfactory solutions to tax processes, in particular – transfer pricing, the OECD has published the Guidance on the transfer pricing implications of the COVID-19 pandemic, which addresses four key areas of analysis [1]:

- the impact of the COVID-19 pandemic on the performance of taxpayers and potentially comparable companies shall be taken into account in the comparative analysis. For example, it is necessary to analyse changes in sales, the degree of capacity utilization, the correlation of the planned financial result with the actual result, macroeconomic indicators, key indicators of the relevant industry etc;

- specific costs should be excluded from the calculation of profitability indicators. The distribution of losses and expenses between related parties should be made with due consideration of the risks incurred by each entity involved in the transaction;

- it is necessary to analyse and take into account the impact of state aid (subsidies, grants, tax benefits, loan guarantees, etc.);

- preliminary coordination of pricing – analysis of the impact of economic conditions on existing agreements and agreements on the stage of negotiations.

In Ukraine, significant restrictions were introduced on business activities due to the introduction of quarantine measures. This directly affected the receipt of corporate income tax.

As COVID-19 has a different nature and degree of impact on different types of economic activity, O. Sushkova proposed the division of companies into three types: Type 1 – companies that

could not switch to remote work, but are forced to maintain production capacity and workforce; Type 2 – companies that were able to quickly reconfigure business activities in a remote format without a significant reduction in activities due to substantial amount of additional costs; Type 3 – companies, business activities of which have not changed, and, in some cases, due to quarantine measures, their volumes has increased. For each type, it is advisable to differentiate corporate income tax rates depending on the type of economic activity on a temporary basis (up to 3 years). Herewith, it is necessary to improve the system of administration of corporate income tax in terms of disclosure of information on the formation of taxable income in the context of economic activities [3].

Further digitalization is a priority in tax administration. Electronic platforms for tax registration, submission of documents through electronic systems can increase transparency and trust in the tax system. The introduction of information technologies gives researchers, think tanks and citizens the opportunity to independently analyse tax data. To increase tax revenues, it is important to involve taxpayers and expand the tax base to ensure a fair distribution of the tax burden within the country.

The digitization of this process may involve the use of artificial intelligence to collect and analyse data on various economic activities, as well as facilitate self-registration for new taxpayers. Data collection using artificial intelligence technology is the first step towards digitization and guarantees reliability and accuracy of data [4, p. 4].

Thus, the COVID-19 pandemic affected the entire economy, including taxation. Recommendations are being developed by international organizations, governments and scientists to ensure optimal approaches to the basic tax collection system. At the same

time, an important direction during COVID-19 and further is digitalization of work and introduction of information technologies.

References:

1. Guidance on the transfer pricing implications of the COVID-19 pandemic. OECD. 2020. URL: <https://www.oecd.org/tax/transfer-pricing/guidance-on-the-transfer-pricing-implications-of-the-covid-19-pandemic.htm>

2. Gomez C. P., Tarabini E. Value of an entity within the digital economy: Considerations for distribution businesses. ITR. 2021. URL: <https://www.internationaltaxreview.com/article/b1vlzy591h81jf/value-of-an-entity-within-the-digital-economy-considerations-for-distribution-businesses>

3. Sushkova O. E. Corporate income tax as an instrument against economic recession during COVID-19 prevention measures in Ukraine. Fiscal Policy Scientific Institute. URL: <https://www.ndifp.com/1481/>

4. United Nations. Digitalization and other opportunities to improve tax administration. 2021. URL: <https://www.un.org/development/desa/financing/events/23rd-session-committee-experts-international-cooperation-tax-matters>

Mazur A. O., Graduate Student
Kushneruk O. Y., Graduate Student
Financial Research Institute
State Educational and Scientific Establishment
«The Academy of Financial Management»
Kyiv, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-9>

FISCAL RISKS IN THE SYSTEM OF BUDGETARY REGULATION OF DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM ENTREPRENEURSHIP

In the national economy system, small and medium entrepreneurship (SME) is a dynamic element of the modernization of the economy determining its flexibility and adaptability. Both the efficiency of functioning of the economic system and economic growth, GDP structure and quality depend on the skillful combination of small, medium and big business. SME can take an active part in resolution of the whole complex of economic and social problems activating a structural set-up of the economy, saturating a market with goods and services, forming a competitive environment, promoting development of territorial communities, market infrastructure, solution of employment problems, equalization of conditions and improvement of standards of life of the population, formation of new property entities and establishment of the middle class of society.

There are several approaches to definition of the fiscal efficiency. Proceeding from one approach, the fiscal efficiency is associated with a share of a tax in macro indicators such as GDP, tax receipts and revenues of the budget. The other approach defines the fiscal efficiency as a capability of a tax to provide the filling of budgets of various levels.

A fiscal feature of a tax is that the ground for its payment is a financial result of activities of enterprises. In view of worsening of the economic state, a profit of enterprises considerably reduces, therefore, its fiscal efficiency also reduces [1]. One more problem affecting the reduction in the amount of tax receipts is a non-adjusted mechanism of legislative regulation and administration, generating:

1) organizational risks associated with violation of mandatory tax procedures by SMEs (registration with tax authorities, filing a tax return, notification of opening a bank account etc.). For a failure to comply with the specified requirements, there is a taxpayer's liability in the form of penalties according to the Tax Code and Code of Administrative Offences;

2) tax burden increase risks, as a rule, deal with a problem of inefficient tax management by SMEs and are associated with making wrong decisions on application of a simplified taxation system, tax reliefs, a status of a business incubator resident and result in lead to lost benefit, additional expenses, loss of counterparties;

3) tax control risks are regulated by fiscal authorities. A SME as a taxpayer can independently assess a possibility of a field tax inspection;

4) taxes (levies) non-payment risks – a consequence of inattentiveness or willful intent of a taxpayer or a tax agent.

Implementing a stimulating SME taxation policy, bodies of local self-government (including territorial communities) have an efficient tool of development of a science-intensive, innovative segment of the specified sector of the regional economy, regulatorily stimulating creation of local value-added. As a result of the fiscal SME stimulation, the bodies of local self-government, depending in the quality of the applicable policy, provide management of this institution regulating a structure of

the regional economy, a wellbeing of the population and a general socioeconomic development of a specific territorial location.

In addition to implementation of the efficient, differentiated, stimulating fiscal policy of development of SMEs, the decentralization has caused a re-distribution of powers between a national level of budgetary regulation and local coordination, having actualized a need to develop a system of removal of administrative barriers both at the stage of the establishment of SMEs and at the stage of their sustainable development. For this purpose, the bodies of local self-government need to [2]:

- set up regional interdepartmental centers for professional assistance to entities of small entrepreneurship for the purpose of protecting legitimate interests of representatives of this sector;

- set up interdepartmental commissions for the purpose of identifying and terminating acts of bureaucracy preventing from efficient development of SMEs at a local level forming threats to creation of local value-added;

- set up local centers for the centralized collection and processing of information on the progress of the regulatory efficiency of measures aimed at developing SME, deregulation and de-bureaucratization of financial-economic procedures and accounting, in particular, in terms of creation of conditions for initiating the «first job» institution for graduates of regional higher education establishments;

- actualize social development programs for budgetary regulation and point behavioral correction of SMEs in the conditions of a new economic normality an reality of development of the local economy.

Therefore, analyzing fiscal risks in the system of budgetary regulation of development of SMEs, it becomes clear that ensuring their sustainable growth depends, to a considerable extent, on the formation of weighted and efficient state policy for

the modernization of state finances. For this very reason, the main promising directions of development of SMEs are based on the formation and implementation of tasks for declining in the impact of fiscal risks on state finances as a resource of stabilization and development of the business environment, namely [3]: optimization of tools of budgetary regulation of development of entrepreneurship, in general, and its neo-orthodox segments, in particular; expansion of access to financial resources, introduction of mechanisms of budgetary support by the bodies of local self-government; ensuring transparent access to public procurement as an institution of state investment in SME development; improvement of access to the international technology transfer process; ensuring budgetary support for innovative development of SMEs; optimization of fiscal and administrative burden on SMEs; organization of the provision of free consulting services for SMEs on regulatory support for entering to a foreign market, raising international technical assistance funds, participation in national and local incentive programs; implementation of measures for encountering and fighting against corruption in state and local authorities; creation of favorable conditions for development of modern innovative infrastructure; ensuring protection of national and local (at a level of a specific territorial community) interests in the international market; SME bankruptcy and solvency restoration procedure improvement; formation of preconditions for development of entrepreneurial and business culture.

References:

1. Petrukha S. V., Paliichuk T. V., Petrukha N. M. (2020) Mistsevi finansy v umovakh koronakryzy: nova biudzhethna arkhitektonika ta finansova spromozhnist rehuliatsii sektoralnykh i sotsialno-ekonomichnykh protsesiv [Local finances in the context of the corona crisis: new budget architecture and

financial capacity to regulate sectoral and socio-economic processes]. *Finansy Ukrainy*, no. 12, pp. 83–105. DOI: <https://doi.org/10.33763/finukr2020.12.083>

2. Petrukha S. V., Paliichuk T. V. (2018) *Detsentralizatsiia ta rozvytok silskykh terytorii* [Decentralization and development of rural areas]. Financial support for the development of the Ukrainian agricultural sector: monograph / Davydenko N. M., Dimitrov I. T. and others. Shioda GmbH, Steyr, Austria, pp. 73–108.

3. Petrukha S., Kushneruk O., Volynets O. (2020) State fiscal support for security environment of activities of spatially localized systems in natural-and-resource and agrarian sectors of national economy. *Economics, Finance and Management Review*, issue 4, pp. 26–42. DOI: <https://doi.org/10.36690/2674-5208-2020-4-26>

Мищенко В. І., д.е.н., професор

*ДУ «Інститут економіки та прогнозування
НАН України»*

м. Київ, Україна

Науменкова С. В., д.е.н., професор

*Київський національний університет
імені Тараса Шевченка*

м. Київ, Україна

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-10>

ВДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЦИФРОВОЮ ТРАНСФОРМАЦІЄЮ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Процес використання цифрових технологій варто розглядати як освоєння якісно нового рівня розвитку продуктивних сил. Упродовж останніх років цифрова економіка, у порівнянні з традиційними галузями, зростала високими темпами [1, с. 537]. В Україні найвищий рівень

цифровізації спостерігається у сфері інформаційних і телекомунікацій технологій, в торгівлі, фінансовому секторі, енергетиці, медицині, сфері державного управління, а також у освітній і науково-технічній діяльності. За нашими оцінками, частка цифрової економіки в ВВП України за валовими внутрішніми витратами у 2020 р. складала приблизно 3,1-3,2%.

Важливість цифровізації для розвитку економіки обумовлює необхідність застосування до процесу цифрової трансформації комплексного підходу, заснованого на використанні концепції стратегічного управління, яка передбачає розроблення та реалізацію спеціальних програм, що ґрунтуються на реалізації комплексу виважених і послідовних довгострокових заходів і дій [2, с. 27; 3, с. 58].

Стратегія цифрової трансформації, як державний документ, є основою процесу управління змінами, оскільки в ній визначаються пріоритети та цілі політики, а також розробляються заходи щодо їх досягнення. Органи державного управління ретельно підходять до визначення цільових пріоритетів цифрової трансформації, та розглядають їх як важливі політичні цілі. У більшості країн ОЕСР використовується трирівневий підхід до пріоритезації цілей. Перший рівень включає: підвищення рівня цифрового управління, розвиток телекомунікаційної інфраструктури та навичок цифрової трансформації, а також сприяння інноваціям у цифрових технологіях. Другий рівень: підвищення рівня цифрової безпеки, освоєння цифрових технологій та вдосконалення управління даними. На третьому рівні до цілей цифрової трансформації відносять: покращення управління Інтернетом і підвищення рівня захисту прав споживачів [4, с. 45]. З часом рівень пріоритетності цілей може змінюватися. Так, з метою подолання наслідків пандемії

COVID-19 пріоритетом у більшості країн стало використання систем обміну персональними даними. В перспективі посиляться роль захисту від кіберзагроз та актуальність питань, пов'язаних з цифровізацією освіти та подоланням «цифрової нерівності» [5, с. 198].

У багатьох країнах відбувається посилення стратегічних підходів до реалізації процесу цифрової трансформації, узагальнюючи які, можна виокремити серед них два головних: централізований та децентралізований. Перший підхід ґрунтується на централізації політичних і управлінських повноважень у керівника уряду та його відповідальності за стратегічну координацію процесу управління. При використанні другого підходу відповідальність за стратегічну координацію діяльності, розроблення стратегії, контроль та оцінку її виконання несе профільне міністерство, на яке покладено функції забезпечення цифрового розвитку країни [6].

Сьогодні ми спостерігаємо активний перехід до децентралізованої моделі, як більш функціональної, оперативної та ефективної. Відбувається посилення відповідальності профільних міністерств за всіма напрямками управління, особливо у сферах координації діяльності, моніторингу та контролю. Одночасно збільшується внесок зацікавлених сторін, посилюється їх роль у реалізації стратегій цифрової трансформації. В Україні стратегічне управління цифровою трансформацією здійснюється за другою моделлю, що дозволяє забезпечити комплексний підхід до вирішення нагальних проблем та посилити роль зацікавлених сторін.

Одним із ключових напрямів успішної реалізації стратегії цифрової трансформації є державна підтримка та стимулювання підприємств і домашніх господарств до

використання цифрових технологій. Головними формами такого стимулювання є інструменти прямої фінансової та нефінансової підтримки підприємств і установ, а також нефінансової підтримки і стимулювання домашніх господарств і фізичних осіб [7, с. 29].

Останнім часом серед механізмів державної підтримки цифрових підприємств набуває поширення діяльність «нормативних пісочниць», які сприяють розвитку ІТ-компаній шляхом надання кваліфікованих консультацій, проведення технологічних та юридичних експертиз, а також прискорення виходу на ринок цифрових інновацій [5, с. 195; 8, с. 201].

Одним із завдань стратегічного управління цифровою трансформацією є необхідність розширення спектру та поліпшення якості державних послуг завдяки переходу від електронного до цифрового уряду, функціонування якого дозволяє реалізувати механізми цифрової інклюзивності.

У контексті реалізації стратегії цифрового уряду важливе значення може мати впровадження цифрових грошей центрального банку, головним результатом використання яких стане забезпечення повного контролю за всіма транзакціями, що сприятиме спрощенню процесу адміністрування податків, підвищенню ефективності державного фінансового моніторингу та зменшенню обсягів тіньової економіки і корупції [9, с. 37; 10, с. 45].

У процесі стратегічного управління цифровою трансформацією варто звертати увагу не лише на її позитивні наслідки, а й на ризики, на які наражаються суб'єкти цифрового середовища унаслідок порушення цілісності даних, інформаційних систем, конфіденційності даних тощо. Так, за даними компанії McKinsey, з початку пандемії COVID-19 кількість лише фішингових атак збільшилась у сім разів [6]. У зв'язку з цим завдання урядів у процесі

реалізації стратегії цифрової трансформації полягає у забезпеченні високого рівня кібербезпеки шляхом підтримки різноманітних методів управління цифровими ризиками, а головними напрямками інвестування в кібербезпеку повинні бути вкладення в ідентифікацію та доступ, автоматизацію заходів безпеки та навчання безпеці [11, с. 368; 12, с. 8].

Проведене дослідження дозволило визначити, що вдосконалення стратегічного управління цифровою трансформацією економіки повинно ґрунтуватися на основі реалізації комплексу довгострокових заходів. Зокрема, необхідне внесення змін у адміністративне та податкове законодавство з метою розширення доступу до цифрових технологій широких верств населення та бізнесу, а також захисту їх прав як споживачів цифрових послуг; створення умов для зменшення «цифрової нерівності»; підвищення рівня захисту інформаційних систем та кібербезпеки; розроблення заходів щодо стимулювання залучення приватних інвестицій у нові технології, перспективні напрями наукових досліджень, розвиток стартапів тощо; розширення напрямів і підвищення ефективності діяльності цифрового уряду на засадах цифрової інклюзивності, спрощення адміністративних процедур і персоналізація надання державних послуг; перегляд механізмів перерозподілу прав при оподаткуванні діяльності ІТ-компаній з урахуванням місця створення доданої цифрової вартості та інші.

На наш погляд, системна та комплексна реалізація зазначених заходів стратегічного спрямування сприятиме послідовній та ефективній реалізації державної стратегії цифрової трансформації економіки України.

Література:

1. Модернізація фінансової системи України в процесі євроінтеграції : монографія : у 2-х т. / Т.І. Єфименко та ін. Київ : АФУ, 2014. Т. 2. 781 с.
2. Мищенко С.В. Новые тенденции в монетарной политике и регулировании финансовых систем. *Финансы и кредит*. 2010. № 40(424). С. 23–29.
3. Науменкова С.В., Мищенко С.В. Інституційний розвиток фінансового сектору України. *Фінанси України*. 2008. № 7. С. 53–71.
4. Mishchenko S., Naumenkova S., Mishchenko V., Ivanov V., Lysenko R. Growing discoordination between monetary and fiscal policies in Ukraine. *Banks and Bank Systems*. 2019. Vol. 14. Is. 2. P. 40–49.
5. Mishchenko S., Naumenkova S., Mishchenko V., Dorofeiev D. Innovation risk management in financial institutions. *Investment Management and Financial Innovations*. 2021. Vol. 18. Is. 1. P. 190–202. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/imfi.18\(1\).2021.16](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.18(1).2021.16)
6. Going Digital: Shaping Policies, Improving Lives. OECD. 11 Mar 2019. DOI: <https://dx.doi.org/10.1787/9789264312012-en>
7. Науменкова С., Мищенко С. Особливості формування сучасної моделі фінансової системи. *Вісник Національного банку України*. 2006. № 11. С. 26–31.
8. Naumenkova S., Mishchenko S., Dorofeiev D. Digital financial inclusion: evidence from Ukraine. *Investment Management and Financial Innovations*. 2019. Vol. 16. Is. 3. P. 194–205.
9. Мищенко В., Науменкова С., Мищенко С. Цифрові гроші центральних банків: майбутнє інституційних змін у банківському секторі. *Фінанси України*. 2021. № 2. С. 26–48.
10. Сенищ П.М., Кравець В.М., Мищенко В.І. Світовий досвід і перспективи розвитку електронних грошей в Україні. Науково-аналітичні матеріали. Вип. 10. Київ : Національний банк України. Центр наукових досліджень, 2008. 145 с.
11. Naumenkova S.V. Financial inclusivity: Economic contents and the approaches to its assessment. *Actual Problems of Economics*. 2015. Vol. 4. № 166. P. 363–371.
12. Кротюк В.Л., Мищенко В.І. Еволюція підходів до оцінки капіталу в Базельських угодах. *Банківська справа*. 2005. № 4. С. 3–9.

Petrukha N. M., Candidate of Economic Sciences, Docent

Hudenko O. D., Graduate student

Financial Research Institute

State Educational and Scientific Establishment

«The Academy of Financial Management»

Kyiv, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-11>

BIOECONOMY IN THE CONTEXT OF INNOVATIVE TRANSFORMATION OF THE RURAL ECONOMY AND NATURAL-RESOURCE SECTOR

Innovative development of branches of the bioeconomy is an integral condition by transiting from the raw-material economy to the innovative economy aimed at deep processing of products of the natural-resource and agrarian sector of the economy. This transformation is caused by the high rates of innovatization of agrarian transformations, scientific-technical development of the rural economy, improvement of the efficiency and reduction in periods of commercialization of agro-oriented technologies.

An increasing volume of using renewable energy sources, the occurrence of new methods and technologies for deep processing of various raw-materials as well as introduction of biotechnologies into all spheres of human vital activity become the prerequisites of formation of the background for switching the rural economy and natural-resource sector to a footing of the bioeconomy.

Active development of biotechnologies is caused not only by achievements of biochemistry and molecular biology but also by crisis phenomena in traditional technologies, first of all – in the

field of ecology and energy industry against the background of new trends, by the need to ensure food security of the state, maintain the natural-resource potential, increase in the population life expectancy and keep the nation's healthy gene pool.

Unfortunately, there are presently no special programs (concepts and other program-regulatory documents) directly aimed at developing the bioeconomy, in general, and biotechnologies directly in the sphere of agro-production and deep processing of products of the natural-resource sector. But individual directions of development of biotechnologies are traced in a row of other state development programs. First of all, it is necessary to note bioeconomic centrism in thematic studies, which were initiated by the Ministry of Education and Science of Ukraine last year [1]. Such an approach will lay, in the short and medium term, the groundwork for weaving rural development problematics and bio-economic centrism for achieving the Sustainable Development Goals within the country using the collaboration of the university science and academic institutions, for example – [2].

Despite this, in the scientific community, at the current state of the structure of the theory of bioeconomy, a uniform understanding never formed, of its essence, prime causes, theoretical and fundamental shifts in a new theorization of noospheric co-development. Its determinative methodological links are the theories in the green economy, natural resource use economy, circular economy and, although, there is the common between these categories, they all are based on different principles, so it is necessary to very carefully «pour» their provisions into the theory of bioeconomy and search for bioinnovative origin of the modernization of the rural economy and natural-resource sector – Figure 1.

Bioeconomy	Green economy	Natural resource use economy	Circular economy
<p>Assumes using biotechnologies for development of new technological processes and products, using renewable resources and efficient bioprocesses for the purpose of providing sustainable production and integration of biotechnologies into various spheres of activity</p>	<p>System of economic activity types associated with production, distribution and consumption of goods and services, resulting in the improvement of the well-being of society in the long term, without exposing future generations to considerable ecological risks or an ecological deficit</p>	<p>Reproduction of natural resources by maximally possible deceleration of exhaustion of reserves of unrenewable natural resources with the view to replacing them by other inexhaustible resources in the future</p>	<p>The ultimate goal consists in maintaining the value of products consumed and used by consumers, with a possibility to mitigate an impact on the environment through the whole supply chain</p>
<p>Based on application of biotechnologies using renewable biological raw materials</p>	<p>Provides a better quality of life for people within the ecological potential of the planet</p>	<p>Optimal use of natural resources, i.e., optimal use of them in the resource-contained environment</p>	<p>Promoting development of the efficiency of systems by identifying negative external factors and subsequent redesigning the production activity</p>

Based on conversion of renewable biological resources into bioenergy, industrial, food, feed and other kind of products with high value added	Rises the well-being of people, provides social justice and concurrently considerably reduces risks to the environment and its degradation	Capability to minimize pollution to a socially and economically acceptable level – pollution of the environment (both total and by type) may not exceed, in the future, its current level	Optimization of withdrawal of resources by circulating products, components and materials with the highest utility at all times at all stages of technical and biological cycles
Based on the systems use of biotechnologies	Directed at social development, the economic growth is associated with ecological responsibility	Exercising economic regulation and management for the purposes of harmonizing the human-nature relationship	Maintenance and growth of the natural capital by managing limited reserves and balancing renewable resource flows

Figure 1. Parallelization of Paradigms of Current Economic Development of Rural Economy and Natural Resource Use Economy

Source: grouped by authors according to [3–4]

Against the background of the COVID symptoms of development of the rural economy and natural-resource sector throughout the world, searching for methods determining a place and role of region (territorial communities) in the single economic-biotechnological space of the country by assessment of their natural-resource potential and capacities for the use of innovative technologies produced by the bioeconomy, becomes especially topical – Figure 2.

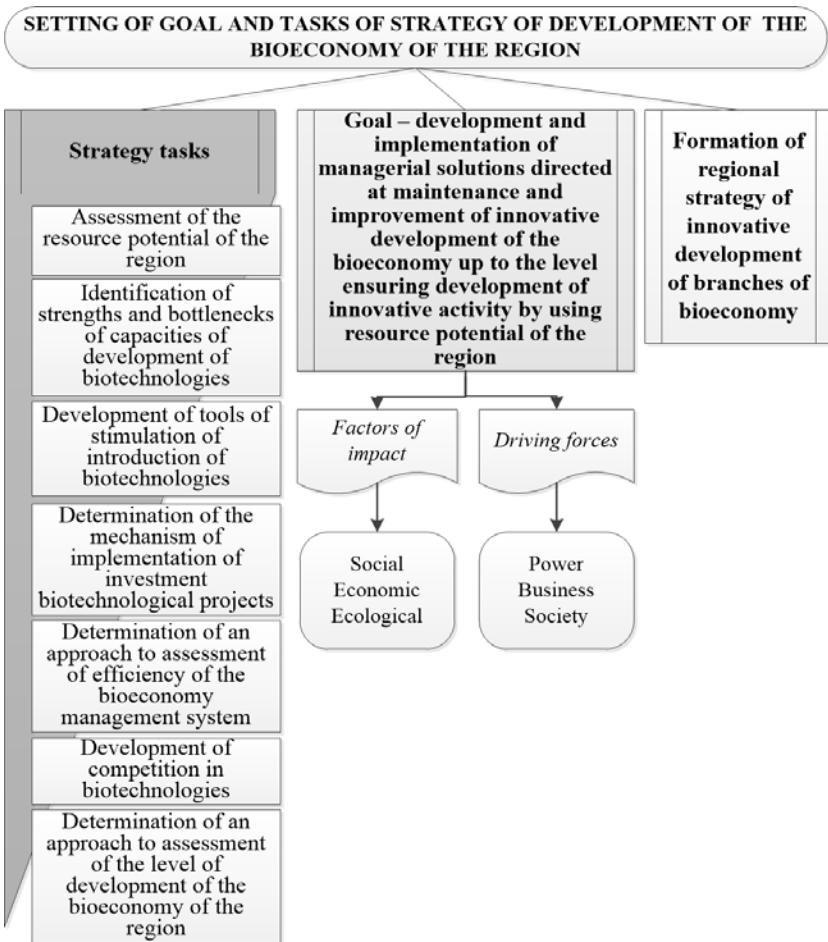


Figure 2. Economic-Biotechnological Space of Development of Agrarian and Natural-Resource Sector in Decentralization Conditions

Source: visualized by authors

The current decentralization reform in the country, chaotic bursts of the corona crisis, administrative barriers even to the evolutionary development of the agrarian sector due to restrictions to neutralize the spread of the corona virus infection, along with the growth of the

need of economic agents for innovative approaches proposed by the bioeconomy, on top of everything else, also caused the need to elaborate a method of assessment of the level of its development, subject to the optimal spatial distribution of resources determining a territorial location of branches and directions of development of the socioeconomic system (first of all, of the agrarian and natural-resource sector). In addition, there is an objective necessity for developing a systems methodological approach to efficient management of bioeconomic innovation implementation processes by the agrarian and natural-resource sectors on the basis of efficient mechanisms of interaction of the state, business community and scientific schools dealing with development of the bioeconomy.

So, the need for improvement of the energy efficiency, efficient waste use, development of the renewable energy sector on the basis of the biomass, ecologization of the agro-industrial sector, growth of sustainable development of agriculture, production of new food products, development of medical technologies and improvement of the nation's health caused the acute need not only for introduction of biotechnologies to stabilize and ensure development of the agrarian and natural-resource sector but also for neutralization of the problem of fiscal risks capable of taking, in the nearest future, resources from the financial arteries of the transition of specified sectors to the innovation-based path of development.

Innovations are an integral part of the bioeconomy. In our opinion, innovative development of the agrarian and natural-resource sector by means of bioeconomic innovations represents a system of economic relations, which includes the aggregate of accumulated knowledge, technologies and resources able to convert themselves for new trends and demands of the technological setup of biotechnologies aimed at improving the nation's health; a healthcare level; providing people with quality and safe food; solving ecological problems; using renewable

resources in the food and energy industry to reduce dependence on fossil raw materials, in particular, gas.

A new managerial theorization of the bioeconomy at the current stage enables to use the tools of development of innovative processes in the agrarian and natural-resource sectors and the availability of the efficient bioeconomy management system will create comfortable conditions for implementation of biotechnological complexes, will enable to stimulate increasing in tax revenues of local budgets, will increase local employment of the population and development of infrastructure that, in its turn, will have a favorable impact on the level of socioeconomic development of the region, in general, and of a specific territorial community, in particular, will considerably expand the scales of using biotechnologies for mass agroproduction of products with new properties, will enable to more efficiently work with economic and financial stakeholders displayed as local regulation programs, foundations of development of the bioeconomy, formation of the bioinvestor class as well as will create favorable prerequisites for innovative bioeconomic development of the rural economy and natural-resource sector.

References:

1. Oholosheno konkurs naukovykh robit i rozrobok molodykh vchenykh. URL: <https://mon.gov.ua/ua/news/ogolosheno-konkurs-naukovih-robit-i-rozrobok-molodih-vchenih>
2. Novi zdobutky kolektyvu kafedry. URL: <http://www.knuba.edu.ua/?p=129818>
3. Dubovich I. A., Adamovskyi O. M., Vasylyshyn Kh. R., Solovii V. I. (2018) Suchasni modeli ekolohizatsii ekonomiky: poniattia, yednosti, superechnosti ta napriamy vzaiemodii [Modern models of greening the economy: concepts, unity, contradictions and areas of interaction]. *Naukovi pratsi Lisivnychoi akademii nauk Ukrainy*, vol. 17, pp. 158–164.
4. D'Amatoa D., Korhonenb J. (2021) Integrating the green economy, circular economy and bioeconomy in a strategic sustainability framework. *Ecological Economics*, vol. 188, pp. 1–12.

**Petrukha S. V., Candidate of Economic Sciences, Docent,
Doctoral Student of the Department
of Management in Construction**

**Krupelnyska O. L., Candidate of the Department
of Construction Management**

*Kyiv National University of Construction and Architecture
Kyiv, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-12>

RURAL CONSTRUCTION IN THE CONDITIONS OF TRANSITION TO PROJECT FINANCING: MATTERS OF METHODOLOGY, THEORY AND PRACTICE

It was expected that, since the beginning of 2022, the rural construction market would start to recover and efficiently operate in the conditions of a new economic reality and normality of socioeconomic transformations in the rural economy caused by the implementation of the «New Village» President's project [1], on the basis of cardinally rethought and modernized economic programs of rural territorial communities expressed in developing local value-added in the agrarian sector, small farm enterprises, animal husbandry, rural tourism and niche groups of agroproducts.

Shared construction, which, in the last years, has been the basic form of financing of individual facilities under construction in the rural area, running like a golden thread through the «Own House» program of support of individual housing construction in the village initiated by the Edict of the President of Ukraine «On Measures for Support of Individual Housing Construction in the Village» back in 1998 [2] ideologically is on the threshold of cessation of existence because of losing confidence in developers, in other words, not just rooting stagnation processes but forming

clear lines of the crisis of confidence. We will remind that just in the past few years, an informational space was roused by the whole chain on of news of bankruptcy of large developers (for example, UkrBudDevelopment) and the Arkada Bank, which was a donor for the development of three residential complexes in the Kyiv City – «Patriotika», «Evrika», «Patriotika na Ozerakh», having left nearly 13 thousand private investors (population) deceived [3]. This is striking statistics showing not only the problems of the developer bankruptcy institution and the imperfect system of financing of construction of multi-storey houses in cities but also the problems of purchase of dwelling by the rural population actively migrating to large cities. According to the most conservative estimates, nearly 200 thousand people move from the rural area to cities every year [4]. And this trend becomes even worse with years. But, surprisingly, striking examples of deception of the rural population in shared participation in purchase (construction) of apartments in cities, in addition to positivism of the impact of large integrated agroindustrial structures on the development of social infrastructure in the village combined with the decentralization reform, has caused the domino effect in the rural construction. In other words, the more problems there were with urban developers the higher the pace of the entry of new dwelling in the rural area was. If in 2018 this indicator was equal to 18 million m² [4], then, already in 2021, it practically doubled up to the level of 31 million m² [4], and this is not the limit, which can become epochal and reverse the trend to extinction of villages [5], change patents' mindset of pushing their children to move from villages to cities [6]. In this case, in contrast with the city where a key role in housing construction franchising is played by the population in the form of shared participation, in the village, this is a prerogative of agroholdings. They are interested in the labor force and have, with

their own money, to take an active part in developing the rural construction institution, whether individual or socially significant. This is also promoted by presidential initiatives on the implementation of a number of infrastructure projects, the financing of the «Affordable Mortgage» state program in the amount of several billions, global hunger, which, with the decade food products price peak, created the conditions for the record capitalization of agrarian companies in Ukraine, which have to balance between investing in the land bank and rural construction in order to neutralize a labor force outflow, creating the conditions for the movement, in the village, of high-class specialists without who building digital agriculture is impossible.

In other words, ongoing institutional changes in the rural construction are uncompleted, giving rise to some institutional environmental uncertainty, raising an issue of a need to maintain observability and manageability of the current state of the rural construction for the purpose of the timely regulation, in general, and transition to project financing, in particular.

To conduct the regulation, elaboration of incentive programs at the national level and the level of bodies of local self-government, we propose to use a new approach to provide competitiveness of rural construction projects in the conditions of the transition to project financing (legislative, institutional and COVID changes) based on the effective competition theory, which feature is the maintenance of observability and manageability of the process of improvement of the performance of agroholdings in rural construction projects. This is provided by implementing the algorithm of the formation of tense production plans differentiating from known plans by solving the optimization problem enabling to determine maximum allowable rural construction volumes without loss of manageability of

traditional agro-economic activity and its agro-construction branches expressed in rural construction projects.

In this connection, a number of problems arise, the effective solution of which is practically impossible without conducting a comprehensive economic analysis. Such basic problems should include [7–8]:

- identification of causes and co-causes leading to deviation of indicators of various types of economic and financial activities of the agroholding from the planned rural construction value for the purpose of timely responding to changes taking place in its institutional or economic environment;

- selection from a given set of alternatives of the managerial or economic decision, under adoption, of the most effective alternative, subject to established operation conditions, as well as provision, on this basis, of optimal or effective use of opportunities available in the agroholding for scaling rural construction projects;

- provision of the required level of observability and manageability of various types of activities of the agroholding in changing conditions of project financing of the rural construction.

In this case, it is needed to methodologically tie the notions «observability» and «manageability» to the tension of financial-economic, investment and production activities of the agroholding, subject to adaptation of the existing methods of the formation of tense production plans (on the basis of the results obtained from the PEST analysis, strategic group map, opportunities and threats analysis matrix, SWOT analysis etc.) enabling to determine, on the basis of the solution of the optimization problem, maximum allowable volumes of the rural construction without loss of manageability of activity of the agroholding, in general.

And here, a new economic reality combined with an absence of the relevant experience forms a stable dilemma. Where, on the one hand, most agroholdings completed the 2021 financial year (lasting from July 2020 to June 2021) not only with a net profit, but also, against the background of the unabated food price growth, have increased it several-fold. For example, Kernel produced the amount of the net profit exceeding the indicator of the 2020 financial year 5.2-fold, having amounted to USD 643M [9]. It seems that everything is all right and the trend towards rising in scales of rural construction projects will remain in 2022 as well. But, on the other hand, a new escalation of the conflict between the Russian Federation and Ukraine caused deterioration of business (according to estimates of the National Bank of Ukraine [10]) expectations both in the construction sector of the economy (The Business Expectations Index declined by 33.0 percentage points from 47.2 in December 2021) and in agriculture and food industry (42.9 and 49.0 percentage points accordingly), having rooted a trend towards reducing in employment volumes, reducing in non-production investments. Therefore, forecasting maximum allowable rural construction volumes without loss of manageability of activities of the agroholding is an extremely complicated problem with many unknowns.

References:

1. Realizatsiya proekta «Novoe selo» pomozhet vozrodyt ukraïnskye sela y zhyzn v nykh – Vladymyr Zelenskyi. URL: <https://www.president.gov.ua/ru/news/realizaciya-proektu-nove-selo-dopomozhe-vidnoviti-ukrayynski-67013>
2. Pro zakhody shchodo pidtrymky individualnoho zhytlovoho budivnytstva na seli: ukaz Prezydenta Ukrainy vid 27.03.1998. № 222/98. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222/98#Text>
3. Bankrotstvo «Arkadi» v voprosakh y otvetakh. Kak Klychko budet dostrayvat ob'ekty y eshche ochen mnohoe. URL: <https://biz.censor.net/m3215981>

4. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy: ofitsiinyi sait. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

5. Petrukha S. V. (2018) Derzhavne antykrizove rehuliuвання ahrarnoho sektoru ekonomiky Ukrainy: monohrafiia [State anti-crisis regulation of the agrarian sector of the economy of Ukraine: monograph]. Instytut ekonomiko-pravovykh doslidzhen. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury, 524 p.

6. Petrukha N. M., Petrukha S. V. (2020) Derzhavne rehuliuвання intehrovanykh korporatyvnykh obiednan v umovakh strukturno-instytutstionalnoi ta funktsionalnoi transformatsii silskoi ekonomiky: problemy metodolohii, teorii, sotsialno-ekonomichnoi ta sektoralnoi polityky: monohrafiia [State regulation of integrated corporate associations in the conditions of structural-institutional and functional transformation of rural economy: problems of methodology, theory, socio-economic and sectoral policy: monograph]. Kyiv: TOV «Vydavnychiy dim «Profesional», 496 p. + 1 elektron. opt. dysk.

7. Petrukha S. V. (2017) Rynkova transformatsiia ahrarnoho sektoru ekonomiky Ukrainy: vid ahrarnoi kryzy do formuvannya pidvalyn realizatsii hlobalnykh tsilei staloho rozvytku [Market transformation of the agricultural sector of Ukraine's economy: from the agrarian crisis to the formation of the foundations for the implementation of global goals of sustainable development]. Ahrosvit, no. 18, pp. 3–46.

8. Ryzhakova G., Petrukha S., Kunytskyi K. (2019) Institutional foundations and regulatory levers for the development of agricultural construction under conditions of systemic economic transformation. *Management of complex systems development*, no. 40, pp. 147–155. DOI: 10.6084/m9.figshare.11969082

9. Kernel: ofitsiinyi sait. URL: <https://www.kernel.ua/ua/about>

10. Biznes na pochatku roku pohirshyv otsinky shchodo diialnosti svoikh pidpriemstv. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/biznes-na-pochatku-roku-pogirshyv-otsynki-schodo-diyalnosti-svoyih-pidpriemstv--dani-opituvannya-pidpriemstv-u-sichni#:~:text=%D0%91%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81%20%D1%83%20%D1%81%D1%96%D1%87%D0%BD%D1%96%20%D0%BF%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%80%D1%88%D0%B8%D0%B2%20%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B8,%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%D0%BC%20%D0%B7%D0%B0%20%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%96%2012%20%D0%BC%D1%96%D1%81%D1%8F%D1%86%D1%96%D0%B2>

Хитра О. В., к.е.н., доцент
*Хмельницький університет управління та права імені
Леоніда Юзькова
м. Хмельницький, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-13>

ІНТЕГРАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ СИСТЕМ

Туристично-рекреаційна система являє собою сукупність взаємодіючих елементів, структур і явищ, які спрямовані на забезпечення туристських і рекреаційних потреб суспільства. Це сукупність мереж підприємств різних субгалузей туристичного господарства, що володіють як інтегральними, так і власними закономірностями розвитку з погляду територіальної диференціації економіки [1, с. 53–54]. Системність туризму пов'язана зі взаємодією різних суспільних інститутів, які надають комплексні туристичні послуги. Принциповим є те, що дії кожного із суб'єктів впливають на поведінку інших, однак жоден з них не може контролювати функціонування цілісності системи [2, с. 90–91]. Так само компоненти туристично-рекреаційного потенціалу (економічна, соціальна, природна) є відносно автономними, однак утворюють між собою стійкі взаємозв'язки і є взаємозалежними в межах туристично-рекреаційних систем і дестинацій [3, с. 14]. Все це дозволяє дійти висновку про визначальну роль інтеграційних процесів у підвищенні або зниженні ефективності функціонування означеної системи.

Ефект спільних дій, що спостерігається під час інтеграції, є джерелом синергічного ефекту внаслідок успішного комбінування факторів виробництва, ринкових сил, знань,

інформації, відносин у сфері туризму, що підкріплюється економічною владою у вигляді управлінських рішень.

У цьому контексті синергетичного змісту набуває мета створеної свого часу Національної туристичної організації: розробити постійно діючу мережу-платформу об'єднання регіональних, міських і галузевих туристичних організацій для підвищення якості національного туристичного продукту, розвитку системи професійних знань і підготовки фахівців, а також всього комплексу маркетингу туристичного бренду України [4, с. 56].

У туристичній галузі однією з форм інтеграції є кластер (рис. 1), що передбачає поєднання державних програм та приватних проєктів в одній системній моделі, сприяє залученню громади до розв'язання соціальних проблем, підвищенню ефективності використання коштів у регіонах. Основне завдання такого поєднання – досягти якісно нового рівня конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг за рахунок спільних бізнес-інтересів та координації дій членів кластера [5].

Основними перевагами туристичного кластера є: взаємовигідне співробітництво (обмін інформацією, технологіями, досвідом, підвищення кваліфікації працівників); ефективне використання ресурсів; підвищення інвестиційної привабливості територій; розширення асортименту туристичних послуг та підвищення їх якості; підвищення прибутків учасників; створення нових робочих місць [6, с. 312–313].

Одним з інструментів забезпечення сталого розвитку територій, який передбачає високий рівень інтеграції зусиль стейкхолдерів і ґрунтується на принципах не тільки економічної ефективності, але й екологічності, соціальної відповідальності бізнесу, є публічно-приватне партнерство (рис. 2).

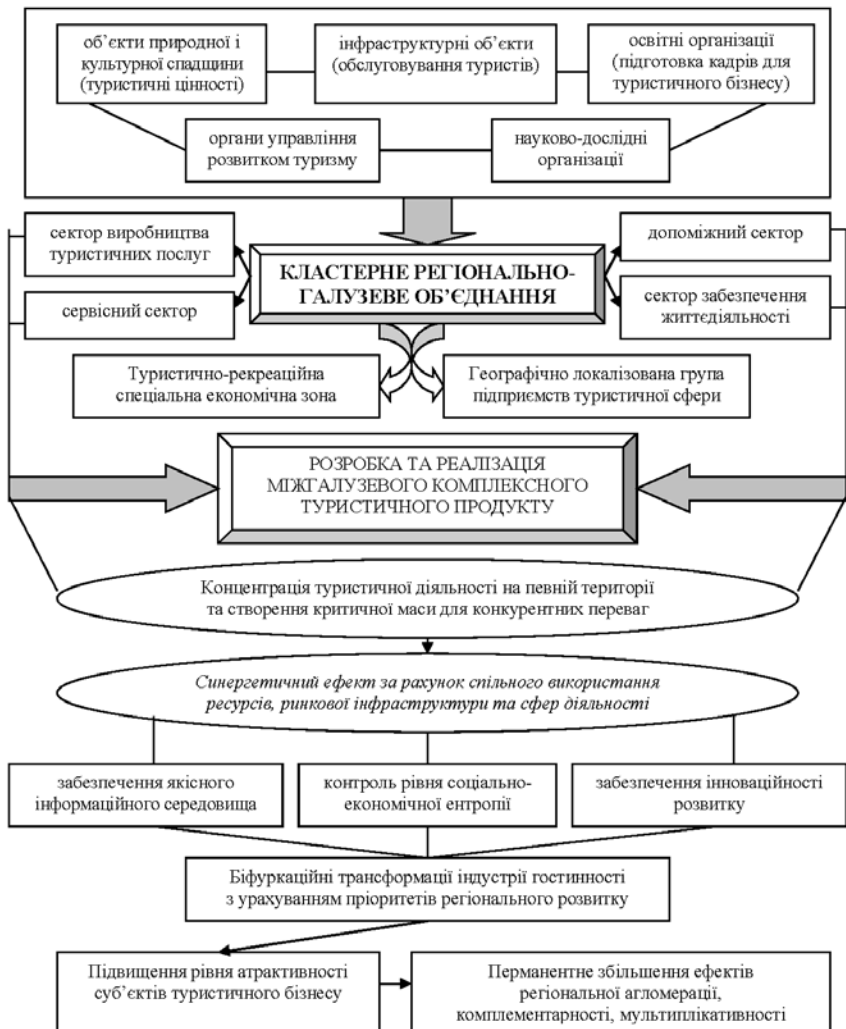


Рис. 1. Логіка виникнення синергетичного ефекту в межах туристичного кластера

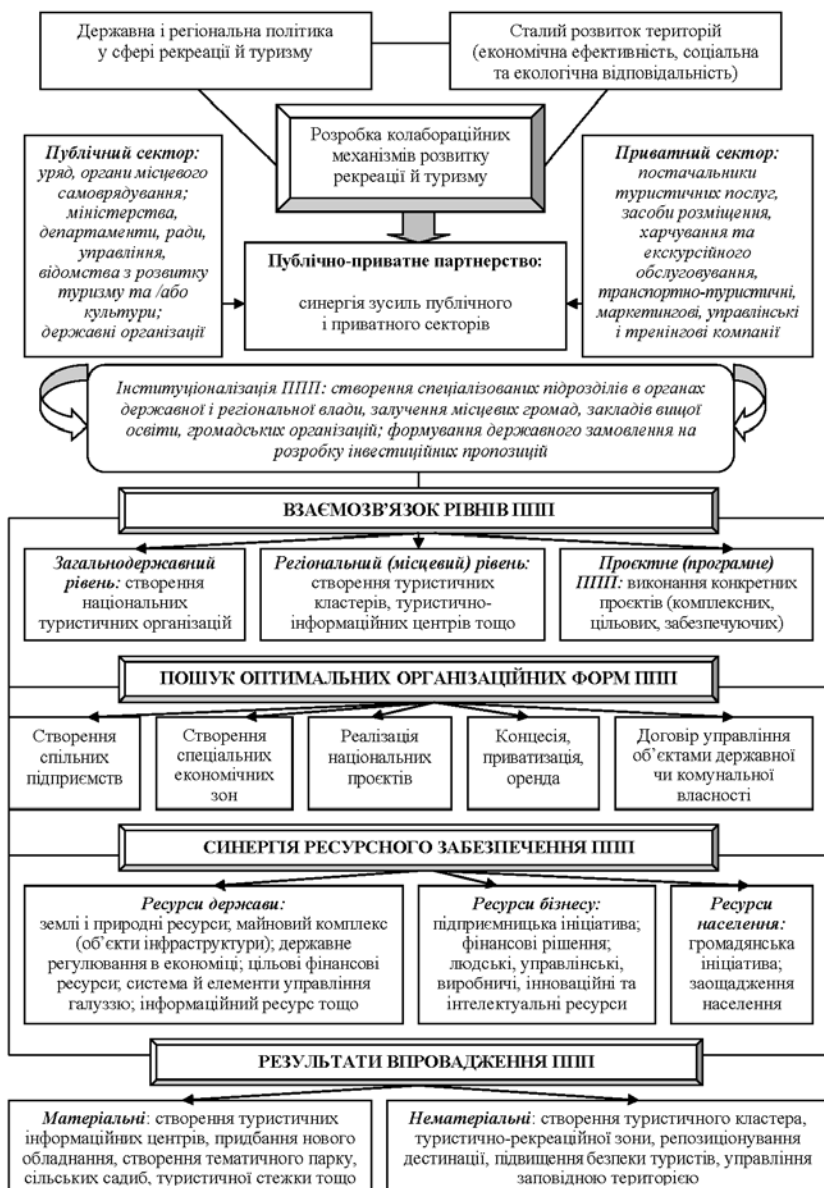


Рис. 2. Логіка виникнення ефектів інтеграційної синергії в рамках публічно-приватного партнерства у сферах рекреації й туризму

Введення публічно-приватного партнерства до багатокомпонентної основи туристичного кластера дозволяє досягти додаткового синергічного ефекту завдяки: координації спільних дій, посиленню обміну інформацією, досвідом, інноваційними технологіями, спільному використанню обслуговуючих інфраструктурних об'єктів; підготовці та підвищенню кваліфікації кадрів туристичного обслуговування; наявності людських ресурсів відповідної кваліфікації; впровадженню особливих режимів оподаткування, інвестування, правового регулювання, надання субвенцій [5].

У програмах Європейської Комісії сталість розвитку індустрії туризму нерозривно пов'язана з виробленням спільних стратегій розвитку туризму в транскордонних регіонах, формуванням мережеских зв'язків і налагодженням транскордонного співробітництва, яке передбачає встановлення взаємовідносин між суб'єктами господарювання, територіальними громадами, місцевими органами виконавчої влади, громадськими організаціями з відповідними інститутами інших держав щодо реалізації спільних рішень у сфері туризму.

На транскордонному ринку туристично-рекреаційних послуг відбувається взаємодія туристичних і рекреаційних підприємств суміжних регіонів двох сусідніх країн, туристів, рекреантів та органів транскордонного співробітництва. Специфікою пропозиції спільного туристичного продукту є об'єднання зусиль кількох сторін у його просуванні на європейському і світовому ринках [7, с. 64].

Таким чином, інтеграційні процеси містять потужний синергетичний потенціал, практична реалізація якого дозволяє досягати стратегічних цілей розвитку сфери рекреації й туризму України та її окремих регіонів, що,

водночас, синхронізуються з пріоритетами європейської інтеграції та глобалізаційними тенденціями на ринку туристичних послуг.

Література:

1. Макара О.В., Гарасюк Д.М. Теоретичні основи формування територіальних туристично-рекреаційних систем. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. 2014. № 2. С. 53–58.

2. Благун І.С., Гонак І.М. Концептуальні основи формування територіальної рекреаційної системи. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Серія «Економічні науки»*. 2014. Вип. 4. С. 86–96.

3. Мармуль Л.О. Визначення ефективності функціонування рекреаційних підприємств та відтворення їх ресурсів на засадах системно-структурного аналізу і синтезу. *Агросвіт*. 2019. № 11. С. 10–15.

4. Кравцова А.В. Управління розвитком туристичної галузі через реалізацію механізмів державно-приватного партнерства. *Економічний аналіз*. 2017. Том 27. № 4. С. 53–58.

5. Панасюк В.І., Арбузова Т.В. Публічно-приватне партнерство у сфері туризму як чинник соціально-економічного розвитку сільських територій. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2020. № 8. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=1719> (дата звернення: 04.02.2022).

6. Гальцова О.Л., Юрченко Н.І. Основні аспекти туристичної галузі України в період євроінтеграції. *Приазовський економічний вісник*. 2019. № 4 (15). С. 310–313. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/4_15_uk/50.pdf (дата звернення: 04.02.2022).

7. Біланюк О.П. Транскордонні туристичні ринки: концептуальні засади дослідження та розвитку. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2017. Вип. 6. С. 63–66. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu_2017_6_17 (дата звернення: 04.02.2022).

Ципліцька О. О., д.е.н., доцент
Державна установа
«Інститут економіки та прогнозування НАН України»
м. Київ, Україна

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-14>

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У СТРАТЕГІЧНОМУ ПЛАНУВАННІ ПРОМИСЛОВОГО РОЗВИТКУ

Стратегічне управління розвитком промислового комплексу України в умовах глобальних змін, зважаючи на суттєву деіндустріалізацію економіки, нові вимоги до промислової продукції в європейських країнах та появу нових регулюючих інституцій у сфері промислового розвитку, потребує глибинного переосмислення, розроблення та упровадження новітніх підходів.

Цифрова епоха, яка ознаменувалася оцифруванням та цифровізацією інформації та дій людей і організацій, породила також і появу нових видів діяльності або докорінну зміну існуючих. В цей період підвищилася і роль цифрових технологій у виробництві тих товарів і послуг, які забезпечують базові потреби людства. Такі технології дозволяють краще збирати та обробляти інформацію для прийняття рішень, здійснювати моніторинг їх імплементації з отриманням зворотного зв'язку та сприяють швидким і тісним комунікаціям між організаціями в рамках «triple helix».

Цифровий «відбиток» з'являється не лише у бізнеса, який вже частково ознайомився з перевагами Індустрії 4.0, але й в рутинних функціях держави, до яких відноситься, зокрема, стратегічне управління економічним розвитком. В країнах ЄС промисловість сьогодні виступає чи не найголовнішою

стратегічною ціллю для забезпечення піднесення європейської економіки. Низка прийнятих стратегій промислового розвитку за останні роки та їх оперативна актуалізація в мінливих умовах глобального простору доводять потребу стійкої орієнтації вектору державної економічної політики України саме на промисловий сектор.

Перефразовуючи визначення стратегічного планування, представлено в [1, с. 5], стратегічне планування промислового розвитку можна представити як системну технологію обґрунтування та ухвалення найважливіших рішень щодо промислового розвитку, визначення його майбутнього стану та способу його досягнення, що базується на аналізі зовнішнього оточення промислового комплексу та його внутрішнього потенціалу. Завдання стратегічного планування полягає у забезпеченні системності і сталості всіх компонент промислової політики, в інтеграції її складових – по горизонталі (узгодженість концепцій, програм, законодавства та галузевих документів) та по вертикалі (узгодженість дій від місцевих органів самоврядування до центрального уряду).

В Україні стратегічне планування промисловості фактично відсутнє – проєкт «Стратегії розвитку промислового комплексу України на період до 2025 року» [2] досі не схвалений. Не існує й будь-якого методичного супроводу розроблення подібних стратегічних документів для промислового сектору та його галузей. Разом з тим, значним потенціалом налагодити процес стратегування володіють цифрові технології, які впливають не лише на зміст і цілепокладання в стратегічному плануванні, але й на сам процес підготовки стратегічних документів.

З одного боку, виявлення переваг цифрової трансформації промисловості та її галузей, використання технології Індустрії 4.0 має встановити вектори промислового розвитку.

Одним з позитивних наслідків проникнення цифрових технологій у всі сфери промислового виробництва, зокрема, використання децентралізованих блокчейн-мереж, стане тотальна автоматизація разом із високорівневою оптимізацією виробничих процесів та витрат [3, с. 45]. Їх загрози і можливості знайшли широке відображення в сучасній науковій літературі, хоча й досі єдиного бачення впливу цих технологій на соціальну, економічну, екологічну та цифрову безпеку держави не сформовано.

З іншого боку, перспективною є низка технологій, що може сприяти посиленню взаємодії між стейкхолдерами в умовах карантинних та просторових обмежень: від програмного забезпечення для документообороту та цифрових реєстрів суб'єктів господарювання до великих даних, штучного інтелекту та цифрових платформ.

Рішення для стратегічного планування розвитку складних систем, що використовують великі дані і поєднують ретроспективну інформацію та дані в режимі реального часу, почали розроблятися із початку XXI століття. Зокрема Дж. А. Аморім та ін. [4] розробили таку систему для державного університету. Перевагою такої системи є розбудова тісних зв'язків між стратегією та діями із її досягнення, своєчасне коригування цільових орієнтирів та завдань із їх досягнення. Для використання технології Big Data аналізована система (промисловість) вимагається три взаємодоповнювані можливості:

1) елементи системи (підприємства, організації, державні установи) повинні вміти визначати, об'єднувати та керувати численними джерелами даних;

2) вони повинні володіти здатністю створювати передові аналітичні моделі для прогнозування та оптимізації результатів;

3) галузеві лідери та державні управлінці повинні мати політичну волю змінювати архітектуру організації таким чином, щоб великі дані та моделі дійсно приводили до прийняття кращих рішень [5].

Технології штучного інтелекту можуть допомогти із прийняттям рішень, якщо їх поєднувати із людською розумовою діяльністю, як стверджують автори дослідження [6]. Штучний інтелект поки що непогано працює на історичних даних, але не в змозі мислити про сутності і явища, яких ще не існує, але які в майбутньому будуть впливати на перебіг макроекономічних процесів і створювати нові контури для промислового розвитку. Разом з тим він може бути корисним при зборі даних та класифікації системних поглядів на майбутнє, проведенні контент-аналізу відео-, аудіо- та електронних публікації думок експертів.

Цифрові платформи, за визначенням О. Вишневського, являють собою «єдину сукупність реєстрів суб'єктів і об'єктів взаємокорисних комунікацій (користувачів платформи), алгоритмів їх взаємодії та сховищ даних, здійснених між ними транзакцій, яка діє онлайн» [3, с. 22]. Такі платформи можуть виконувати такі елементи як комплексний стратегічний консалтинг, високоякісні джерела даних, передову аналітику, комплексний аналіз показників, ефективні процеси консультування і взаємодії між стейкхолдерами та репозиторій кейсів із стратегічного планування [7].

Архітектура вказаних систем, додатків або платформ має забезпечувати два ключових результати для стратегічного планування промислового розвитку: 1) оперативна оцінка джерел даних та їх інтерпретації для ідентифікації зовнішніх і внутрішніх сигналів (як «економічних барометрів»); 2)

стратегічне коригування, що вимагає мікросимуляції для виявлення тенденції та явищ.

Таким чином, цифрові технології створюють значні можливості для організації процесу стратегічного планування промислового розвитку, оновлення підходів до підготовки стратегічних документів та проходження всіх її етапів. Цифрові трансформації у державному секторі мають передбачати не лише перенесення адміністративних послуг у цифрові додатки, але й створення комплексних цифрових систем управління економічним розвитком держави, його стратегуванням та форсайтом.

Література:

1. Берданова О., Вакуленко В. Стратегічне планування місцевого розвитку : Практичний посібник / Швейцарсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні – DESPRO». Київ : ТОВ «Софія-А», 2012. 88 с.

2. Проект Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку промислового комплексу України на період до 2025 року» від 17.04.2018 р. / Міністерство економіки України. 2018. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=10ef5b65-0209-4aa1-a724-49fd0877d8d6&title=ProektRozporiadzhenniaKabinetuMinistrivUkrainiproSkhvalenniaStrategiiRozvitkuPromislovogoKompleksuUkrainiNaPeriodDo2025-Roku> (дата звернення: 01.02.2022).

3. Вишневський О.С. Цифрова платформізація процесу стратегування розвитку національної економіки: монографія / НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2021. 449 с.

4. Amorim J.A., Andler S.F., Gustavsson P.M., Agostinho O.L. Big Data Analytics in the Public Sector: Improving the Strategic Planning in World Class Universities. CYBERC '13: Proceedings of the 2013 International Conference on Cyber-Enabled Distributed Computing and Knowledge Discovery, October 2013. P. 155–162. DOI: 10.1109/CyberC.2013.33

5. Barton D., Court D. Three keys to building a data-driven strategy. *McKinsey Digital*. March 1, 2013. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/three-keys-to-building-a-data-driven-strategy> (дата звернення: 01.02.2022).

6. Geurts A., Gutknecht R., Warnke P., Goetheer A., Schirrmeister E., Bakker B., Meissner S. New perspectives for data-supported foresight: The hybrid AI-expert approach. *Futures & Foresight Science*, 2021, e99. URL: <https://doi.org/10.1002/ffo2.99> (дата звернення: 31.01.2022).

7. Yufei L., Yuan Z., Ling L. Application of Big Data Analysis Methods for Technology Foresight in Strategic Emerging Industries. *Strategic Study of CAE*. 2016. Vol. 18. No. 4. P. 127–134. DOI 10.15302/J-SSCAE-2016.04.018

MODERN BUSINESS TECHNOLOGIES: E-COMMERCE AND VIRTUAL TRADE

Kosovan O. V., Ph.D. student

*Ivan Franko National University of Lviv
Lviv, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-15>

CORONAVIRUS IMPACT ON TOP RETAIL E-COMMERCE WEBSITE TRAFFIC IN UKRAINE

Coronavirus has affected all areas of human activity. The 2020 year has set new challenges for the retail sector as well. Therefore, each retailer was preparing a new improvised strategy for the introduction of e-commerce technologies. These new challenges have caught retailers in various states. Some were completely online resellers, some were offline, others focused on multichannel or omnichannel strategies. For example, Rozetka in 2019 was a record holder in terms of traffic. In turn, Fozzy Group was only exploring new opportunities for online commerce, so through the quarantine «Silpo» went online earlier than planned.

The purpose of the research is to analyze how anti-epidemiological measures have affected the traffic of the largest retailers in Ukraine. The list of enterprises was formed on the basis of the Forbes Ukraine rating [1]. We also filtered companies whose organic traffic in 2019 did not exceed 1 million (*traffic data was collected using the semrush service and grouped by the author*). You can find the rating in table 1. The filtering was done to weed out representatives who did not have the IT infrastructure ready to respond quickly to legal restrictions through the

coronavirus. It should be added that the level of organic traffic among the selected enterprises did not have a high dynamics. On average, traffic increased by 13% from the beginning to the end of 2019. Only «Metro Cash & Carry» increased its traffic by 50%, for other online retailers this figure ranged from 0% to 13%.

Table 1

The largest retailers in Ukraine with traffic above 1 million

Retail Name	Forbes ranked	Revenue growth in 2020, %	Profit (loss) in 2020, UAH million	Organic traffic in 2019*
Fozzy Group	5	3	N/A	3,022 m
Epicenter K	9	10	3 171	2,839 m
Metro Cash & Carry	29	20	-1 726	1,818 m
Rozetka	33	48	110	50,140 m
Comfy	38	19	81	8,265 m
Foxtrot	40	9	70	8,161 m
Eva	44	5	540	1,165 m
Eldorado	56	18	-344	4,606 m

* Organic traffic was collected by service semrush.com

Source: [1]

The analysis was conducted based on two indicators for measuring the traffic, which were collected using the service semrush.com. We collected historical monthly data about the next few measures:

- **Organic traffic.** It is the number of visitors that land websites from unpaid sources (*ex. Google, Yahoo, Link, etc.*);

- **Paid traffic.** It is opposite to organic traffic. It represents visits from paid sources (*ex. Google Ads, Facebook Ads, YouTube Ads, etc.*).

It should be understood that the collected indicators do not show the whole picture. For example, information about paid

traffic may not include users who came from SMS, chatbots, blogging, etc.

Changes in the schedule of traffic levels were made taking into account the quarantine restrictions introduced by the Cabinet of Ministers of Ukraine [2–4]. You can see dates of anti-epidemiological measures in figure 1. The green vertical line is the first resolution of the Cabinet of Ministers [2], black – second one [3] and red is the last one [4].

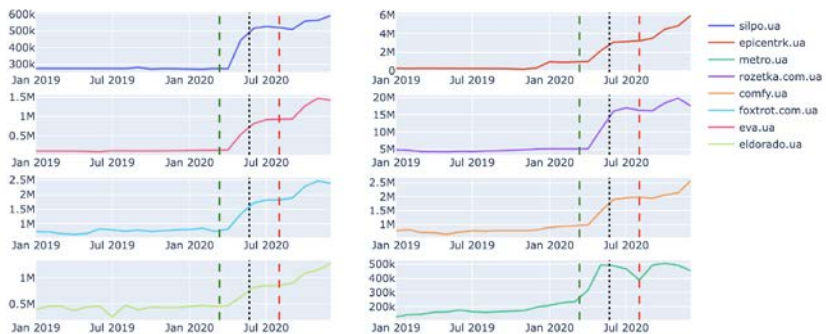


Figure 1. Organic traffic for selected retailers

After the first quarantine restriction, all retailers have activated e-commerce resources, which we can see from Figure 1. From March (*first wave of quarantine*) to June (*second wave of quarantine*), traffic increased by an average of 188%.

Compared to the end of 2019, monthly organic traffic at the end of 2020 increased by an average of 494%. Growth rates range from 116% to 1735%. Epicenter K is a relative record holder in the growth of organic traffic – 1735% of growth. In turn, the absolute record was set by Rozetka – organic traffic exceeded 10 million after May and did not fall below this figure. In an interview with Forbes Ukraine, the top management of Rozetka considers the epicenter to be its first competitor [5].

Paid traffic is more dynamic and there are no clear patterns as organic traffic. In Figure 2, we can track several strategies for paid user engagement. Some online sellers have set up a process of using paid traffic, among them Rozeta, Comfy, Foxtrot, and Eldorado. Other online retailers have once invested in online advertising to show users about their arrival online – it's «Silpo», Epicenter K, Metro Cash & Carry. The quality of the chosen strategy depends on the type of enterprise. Because some players only sell online, for others it's a new unexplored channel.



Figure 2. Paid traffic for selected retailers

As of 2021, the largest retailers that used e-commerce not only maintained their pre-quarantine positions but were also able to increase revenues (Table 1). E-commerce has played a key role in the adaptability and competitiveness of retailers and analysts clearly show it.

In the future, it is also worth exploring how retailers have adapted to COVID-19 changes without available IT resources and how it has affected their financial performance. Also, one more important exploring is how multichannel and omnichannel strategies affect the competitiveness of retailers.

References:

1. Landa V., Katsylo D., Hnennyi K., Ivanova K., Shtuka N., Shapoval K., Maliuzhonok P. «Top 100 largest private companies» *Forbes Ukraine* № 8 [14] ISSN 2708-3268, pp. 38–72.
2. On prevention of the spread of acute respiratory disease COVID-19 caused by coronavirus SARS-CoV-2 on the territory of Ukraine: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of March 11, 2020 № 211 Kyiv. Date of update: 17.06.2021. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/211-2020-п> (accessed 29.01.2022).
3. Establishment of quarantine in order to prevent the spread of acute respiratory disease COVID-19 caused by coronavirus SARS-CoV-2 in Ukraine: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of May 20, 2020 № 392 Kyiv. Date of update: 17.06.2021. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/392-2020-п> (accessed 29.01.2022).
4. Establishment of quarantine and introduction of intensified anti-epidemic measures in the territory with significant spread of acute respiratory disease COVID-19 caused by coronavirus SARS-CoV-2: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine of July 22, 2020 № 641 Kyiv. Date of update: 05.01.2022. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/641-2020-п> (accessed 29.01.2022).
5. Shapoval K., Sapiton M. «The Chechotkin case» *Forbes Ukraine* № 4 [4] ISSN 2708-325X, pp. 81–87.

ENTERPRISE ECONOMICS AND CORPORATE GOVERNANCE: MODERNIZATION OF BUSINESS PROCESSES

Ковтонюк К. В., к.е.н., доцент
*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
м.Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-16>

ЦИФРОВІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ КОМПАНІЇ STARBUCKS

Кризовий період найбільшої міжнародної мережі кав'ярень Starbucks збігається з початком фінансово-економічної кризи 2008–2009 років. Спостерігалось стрімке скорочення прибутків, але воно було зумовлене не тільки скороченням купівельної спроможності, але й втратою лояльності клієнтів компанії. Споживачі вказували на втрату цінностей, почуття людського потенціалу і все більшою схожістю із фаст-фудами, які пропонували більш дешевші альтернативи (McDonald's, Dunkin' Donuts). Акції Starbucks втратили понад 50 відсотків своєї вартості до кінця 2008 року [1]. З метою збереження своїх позицій на ринку Starbucks скористався можливістю модернізації бізнес-стратегії, використовуючи одночасно кілька різних стратегій. З одного боку, компанія застосовувала більш агресивну стратегію диференціації продуктів, покликану підкреслити високу якість їх напоїв та обслуговування клієнтів. А, з іншого боку – стратегію проникнення на ринок, що досягається через

покращення роботи з клієнтами (дослідженнями компанії на той час 1/3 клієнтів були активними користувачами смартфонів). Реалізація обраних стратегій компанія почала реалізовувати в 2009 році за допомогою цифрових технологій. Спочатку вона створила інкубатор для цифрових технологій у стилі венчурного капіталу – «Starbucks Digital Ventures». Одним із перших його продуктів став мобільний додаток, що в подальшому перетворився на невід’ємну частину цифрової екосистеми компанії. Основними завданнями останньої стали залучення більшої кількості клієнтів, формування міцної лояльності до бренду та збільшення загального прибутку.

Додаток забезпечує зручну цифрову систему лояльності, яка дозволяє клієнтам заробляти бали лояльності («зірки») та обмінювати їх на продукти прямо в додатку. Результати говорять самі за себе. Так, кількість активних учасників програми лояльності Starbucks Rewards протягом 90 днів у США зросла до 24,8 мільйонів, що на 28% більше, ніж за 2020 рік [2]. Крім того, компанія оснастила додаток можливістю здійснювати онлайн замовлення та оплату (MOP). Це означає, що клієнти можуть замовити напої заздалегідь, оплативши їх безпосередньо в додатку (рис. 1) та забрати замовлення в кав’ярні. Завдяки такому нововведенню клієнти не витрачають час на очікування, що збільшується пропускна здатність закладу харчування. Крім того, забезпечується зручний та безпечний варіант оплати замовлення.

Слід відзначити, що додаток для мобільних платежів Starbucks настільки популярний, що донедавна в нього було найбільше користувачів мобільних платежів у США. Лише за останні кілька років Apple обійшла Starbucks з 43,9 млн. користувачів мобільних платежів, тоді як Starbucks займає

друге місце з 31,2 млн. користувачів. Це приголомшливе досягнення, враховуючи, що користувачі Apple можуть здійснювати платежі в різних мережах роздрібних продавців, а користувачі Starbucks мають лише один варіант.

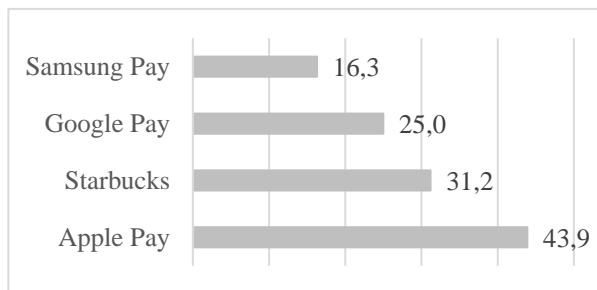


Рис. 1. Оплата в мобільних додатках у 2021 році в США, млн. користувачів

Джерело: [2]

Наступним успішним інструментом Starbucks можна вважати забезпечення безкоштовного доступу до бездротової мережі Wi-Fi, що пропонується в кожній кав'ярні і цим самим затримує більшість клієнтів усередині приміщення для навчання, роботи, бізнес-зустрічей та інших процесів. Також використовуються мобільні пристрої для підключення до мережі Wi-Fi networks. Уже в 2017 році Starbucks запустив «цифрову мережу Starbucks» – портал, розроблений спеціально для мобільних пристроїв, на відміну від традиційних веб-браузерів інших компаній світу. Сайт оптимізований для всіх основних операційних систем для смартфонів (iOS, Android та BlackBerry) і відповідає можливостям мультитач-пристроїв, таких як iPad. Сайт Starbucks Digital Network був розроблений у партнерстві з Yahoo та функціонує як портал максимальної інформації та комунікації. Клієнти Starbucks, які використовують цей сайт,

отримають безкоштовний доступ до Wall Street Journal, вибирають безкоштовні програми для завантаження iTunes та широкий спектр іншого вмісту. Сайт дозволяє користувачам реєструватись на платформі Foursquare та отримувати бали за активну діяльність та споживання продуктів компанії. Оскільки Starbucks має на сьогоднішній день найбільше реєстрацій Foursquare серед усіх компаній, ця функція користується популярністю серед клієнтів. Клієнти компанії цінують якість не лише кави, а й впровадження всіх зв'язків із технологіями. Замість того, щоб розміщувати рекламу на цьому сайті та загромождувати його, Starbucks вирішив запропонувати сайт без реклами. І клієнтами це до вподоби. Навіть якщо цифрова мережа Starbucks не є високоприбутковою, аналітики припускають, що сайт є ефективним способом для Starbucks покращити стосунки з найціннішими клієнтами та підвищення задоволеності клієнтів [3]. Клієнти, які залучені до цифрової платформи купують у 2-3 рази більше ніж ті, які не користуються цифровими технологіями. Крім того, з 2019 року Starbucks почала відкривати невеличкі кав'ярні, які не мають місць для сидіння і призначені для обслуговування клієнтів, які роблять замовлення за допомогою мобільного додатку. Розширення мережі кав'ярень «pick up» (тільки для видачі), спрямоване на розширення кількості користувачів мобільного додатку. На думку керівництва компанії, у великих містах успішно будуть поєднуватись як традиційні кав'ярні, так і кав'ярні тільки для видачі [3].

Цифрові технології спростили бізнес-процеси в Starbucks. Менеджери локалізованих кав'ярень використовують цифрові технології для управління ними та підключення до корпоративної мережі систем компанії. Для цього керівникам точок Starbucks було надано ноутбуки з

підтримкою Wi-Fi, що дозволило збільшити присутність менеджерів локації в магазинах на 25%, не працевлаштовуючи жодних додаткових менеджерів.

Вчасна цифровізація бізнес-процесів компанії Starbucks забезпечила не тільки збереження частки ринку, але й його розширення. Станом на 2021 р. кількість підрозділів Starbucks по всьому світу сягнула до 33800 представництв, а рівень прибутків демонструє щорічне зростання окрім 2020 року, що зумовлено наслідками пандемії COVID-19 (рис. 2).

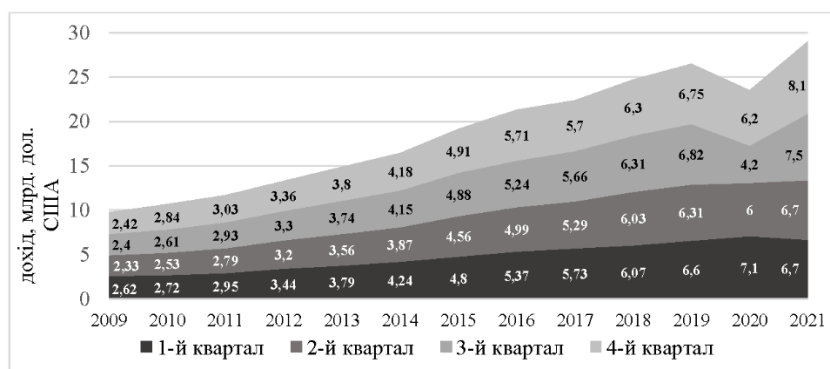


Рис. 2. Квартальний дохід корпорації Starbucks у всьому світі у 2009–2021 рр.

Джерело: [4]

На додаток до модернізації свого бізнесу для кращого задоволення потреб своїх мобільних користувачів, Starbucks доклала спільних зусиль для підвищення ефективності, зменшення відходів та використання заощадженого часу для забезпечення кращого обслуговування клієнтів. Компанія намагалась впорядкувати бізнес-процеси, що використовуються в кожному з його магазинів так, щоб оптимізувати час обслуговування. Відповідно баристам не потрібно нахиляться, щоб черпати каву, чекати, поки кава

стече, і знаходити способи зменшення кількості часу, який кожен працівник витрачає на виготовлення напою, якщо це може змінити цифрові технології. Компанія Starbucks створила цифрову інновацію – кавову людину, інтелект компанії, робота якої полягає в подорожах країною, відвідуючи франчайзингові об'єкти та навчаючи їх цифровим технологіям.

Завдяки цифровій платформі та новаторському підходу компанія Starbucks, забезпечила собі лідируючі позиції серед компаній роздрібної торгівлі продуктами харчування та напоями у США.

Література:

1. Акции Starbucks – онлайн график котировок SBUX. TeleTrade. Available at: <https://teletrade.com.ua/analytics/quote/stock/SBUX>
2. Starbucks Reports Record Q4 and Full Year Fiscal 2021 Results. Press Releases. 2021. 28 November. Available at: <https://investor.starbucks.com/press-releases/financial-releases/press-release-details/2021/Starbucks-Reports-Record-Q4-and-Full-Year-Fiscal-2021-Results/default.aspx>
3. McKinnon T. (2021) How Starbucks is Using Mobile Apps to Significantly Increase Sales. Indigo Digital. 2021. June 10. Available at: <https://www.indigo9digital.com/blog/starbucks-mobile-apps>
4. Quarterly revenue of Starbucks Corporation worldwide 2009–2021. Statista. 2021. November 25. Available at: <https://www.statista.com/statistics/218404/quarterly-revenue-of-starbucks-worldwide/>

Kolesnyk M. V., Ph.D in Economics, Associate Professor

Gritsenko E. V., Student

Matviichuk A. S., Student

National Aviation University

Kyiv, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-17>

BUSINESS PROCESS MANAGEMENT IN STRENGTHENING ENTERPRISE COMPETITIVENESS BY INNOVATION

Competitiveness of a modern enterprise must withstand pressure of global and local competitors. Source of competitive advantage today is usually innovation. However, innovative activities provide the enterprise with both: competitive advantages and additional market risks, then it require the usage of additional methods and means in the management of such enterprises. Therefore, innovation must be managed. This management process is called innovation management. That is why science and practice need to develop knowledge about the particularities of business process management (BPM) in innovation activities.

Fundamentally, new solutions are called breakthroughs, which mean solving problems in a new, unconventional way. Nowadays, innovations cover all spheres of human activity, radically affect the management process, and change socio-economic relations in society. This creates a new way of thinking and provides more effective means of overcoming crisis situations. Continuous and constant innovations become a necessary and natural form of existence of any firm, ensure its competitiveness and survival in the market.

In the same idea, today an important challenge for innovation policy in emerging countries is to encourage inclusive growth and support research addressing major social challenges [1].

The main purpose of BPM is to bring processes in line with the goals of the organization. Each process must be set up in such a way that the results of the process lead to the achievement of business goals [2]. Implementation of BPM as a process approach in the company can make business more transparent and predictable, manageable, controlled. It can help build an effective motivation system for employees when everyone is interested in achieving results. It is also an opportunity to improve the interaction between the company's departments and employees. When organizational processes are formalized and prescribed, it reduces the impact of the human factor, facilitates and accelerates the process of adaptation of employees [3].

Let us clarify the idea that we can consider the interaction between BPM and innovation activities in two aspects:

- 1) an application of business process management techniques to the innovation process;

- 2) an application of innovation techniques within BPM.

These two aspects may have differences in specific situations, but we will allow each of them to appear in the innovative business process because they are closely interrelated.

Currently, as it is known, BPM is a system approach to management aimed at improving the organization activities and its processes. This approach allows the organization to define its processes, organize their implementation, as well as improve the quality of both the results of processes and the order of execution. So, innovative business processes are a sequence of actions aimed at the implementation of an innovative idea in order to obtain a process or product innovation. In this case, the creation of the innovation business process management system allows creating

the relationship of all elements of the innovation process in progressive development from the initial stage of mental modeling of the innovative idea to the implementation of the original product [4]. Our researches have shown at least the following important aspects of BPM in innovation activities: 1) the necessity to take into account the unpredictable behavior of the process components due to its novation to the internal and external environment; 2) the availability of appropriate characteristics and skills of staff for such activities; 3) the necessity of a correct application of digital technologies in the BPM.

For example, academic sources suggest that: *firstly*, specialists with relevant competence and experience should be engaged in modeling and optimization of business processes [3]; skilled labour plays a key role in innovation by generating new knowledge, adopting and adapting existing ideas to develop innovations [5]; *secondly*, innovation with new processes at its core, plays a more and more important role – especially if you look at digitalization, that is why BPM software (BPMS) is important because it can help organizations gain a competitive advantage by assisting business leaders to improve organizational performance by analyzing, designing, implementing, controlling and modifying operational business processes [6]; *thirdly*, the management of innovation within an enterprise is a business process must be defined, implemented, executed, and controlled just like any other business process, and the «innovation process» is a key process to be managed by BPM.

Thus, all of the above are relevant to all stages of the innovation process: 1) preliminary stage, including: fundamental and exploratory research; applied research; scientific and technical developments; experimental design and experimental technological work; 2) production stage, including: mastering and

preparation of production; organization of serial production of innovative products; 3) market stage, including: introduction to the market (commercialization of innovation); market expansion.

The listed stages are characterized by their deep specificity, which affects the structure of business processes that each of them can constitute.

To solve the problem of organizing the release of new products, it is required, as a rule, to provide an optimal combination of diverse processes, and most of the tasks related to processes management related to: 1) planning the needs of an innovative enterprise; 2) management of stocks of materials and components for the production of innovative products; 3) planning of production facilities; 4) planning interaction with suppliers; 5) operational planning of production tasks; 6) operational management of the resources of an innovative enterprise; 7) operational control over the implementation of production targets; 8) quality management of innovative products.

The stage of commercialization of innovative process requires, as a rule, the solution of the following tasks in managing the business processes of an innovative enterprise:

1. Description of the structure of activities related to marketing research for innovative production [for example, the business process of attracting investment in an innovative project; the business processes for the implementation of additional marketing research of the market, etc.].

2. Description of the optimal way to commercialize an innovative product [for example, the business process of choosing priority methods of commercializing an innovation; the business process of selling licenses, operating new technologies by providing services, etc.].

3. Description of the processes of legal protection of an innovative product requires the solution of particular problems [for example, description of the business process of securing rights to the results of intellectual activity; description of the processes of transferring rights to use the results of intellectual activity etc.].

4. The stage of market expansion [for example, the business processes for the implementation of advertising activities; the business processes for expanding sales activities; the business processes of pricing etc.].

Sum up, that innovative business processes are business processes that are a common base to which the knowledge of the process approach [in its modern form – BPM] is applied, but the innovative environment imposes its own special requirements, the fulfillment of which requires the modification of existing processes, as well as the creation of entirely new processes. The study of new quantitative and qualitative parameters of innovative business processes and the creation of methods for managing them is a prospective direction for future scientific research.

References:

1. What is the role of innovation at different stages of development?
URL: <https://www.innovationpolicyplatform.org/www.innovation-policyplatform.org/content/what-role-innovation-different-stages-development/index.html>
2. R. Dunie, W.R. Schulte, M. Kerremans and M. Cantara, Magic Quadrant for Intelligent Business Process Management Suites, Gartner, August 2019. (in English)
3. Polinkevych, O.M. (2018) Management of business processes in the system of innovative development of enterprises. Extended abstract of Doctor's thesis. Khmelnytsky. (in Ukrainian)

4. J. vom Brocke and M. Rosemann (2020) Handbook on Business Process Management 1: Introduction Methods and Information Systems, Springer-Verlag Berlin Heidelberg. (in English)

5. What conditions impact on innovation?
URL: <https://www.innovationpolicyplatform.org/www.innovationpolicyplatform.org/content/what-conditions-impact-innovation/index.html>

6. Elizabeth Quirk (2019) Business Process Management Is Key for Innovation. URL: <https://solutionsreview.com/business-process-management/business-process-management-is-key-for-innovation/>

Скопень М. М., к.е.н., доцент

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0440-446X>

Красавцева Л. Ю., к.держ.упр.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8187-7407>

*Київський фаховий коледж туризму
та готельного господарства
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-18>

ОПТИМІЗАЦІЯ ПРИБУТКУ У ВАРТОСТІ ЕКСКУРСІЙНОГО ТУРУ

Аналіз формування вартості туристичних послуг свідчить про те, що в багатьох літературних джерелах достатньо добре розглянуто загальні принципи ціноутворення [1; 3 та ін.]. Окремі джерела пропонують методика оптимізації вартості путівок для підприємств санаторно-курортної сфери [4] та вартості послуг гостинності [5]. Туроператори, наприклад, «4 сторони» [6] та «Екстрімтур» [7], пропонують загальний опис екстремальних турів. Однак, як показує аналітичний огляд, не розкривається технологія оптимізації прибутку у

вартості екскурсійного туру шляхом зміни кількості туристів при визначенні фіксованих витрат. Саме це і пропонується авторами нижче для розгляду.

Для оптимізації прибутку у вартості екскурсійного туру зручно на платформі застосунку Excel використовувати економіко-математичні та графічні методи комплексного аналізу зведених витрат на тур, визначення вартості туру (ціни «брутто») для одного туриста, а також оптимізації додаткового прибутку при зміні комплектації туристами мікроавтобусу.

Розглянемо дану технологію на умовному прикладі дводенного туру історично-пізнавального та екстремального характеру «Сплав по Південному Бугу», який пропонується наведеними вище туроператорами.

Враховуючи програму дводенного туру, згідно [6], сформований кошторис витрат з визначенням вартості туру, буде мати наступний вигляд (табл.1).

Тут вартість трансферу враховує тарифи компанії «Автотрансфер», згідно [8], і включає: (2 год * 350 грн) + (620 км * 9 грн).

Максимальна місткість мікроавтобуса «Mercedes Sprinter 316» складає 17 туристів (без урахування одного місця для супроводу + водій). Припустимо, що в нашому випадку оптимальна кількість туристів становитиме 15 осіб, хоча за даними [2] вона може сягати до 30 осіб. Тоді обмежена собівартість на одного туриста (S_0) становитиме:

$$S_0 = 1095 + \frac{14920}{15} = 2090 \text{ грн.}$$

Тепер зробимо аналіз прибутків при ціні «нетто» у 2090 грн з різною комплектацією мікроавтобуса кількістю туристів (табл. 2).

Структура вартості екскурсійного туру

Стаття витрат	Сума, грн
Змінні витрати на одного туриста	
Харчування туриста згідно програми туру (обід + вечеря + сніданок + обід), страхування від нещасних випадків	455
Оглядова екскурсія по місцям визначних пам'яток біля с. Печера: водяного млину з дамбою (1899 рік), дерев'яної церкви Різдва (1762 рік) з дзвіницею на місці зруйнованого замку молдавського князя Георга Дуки із залишками стародавнього городища, мавзолею Потоцьких (1904 рік), який побудовано за проектом архітектора В. Городецького).	100
Прокат індивідуального туристичного спорядження на 2 дні: каски (120 грн), рятувального жилету (180 грн), спального мішка (90 грн), весла (150 грн)	540
Разом (ЗВ)	1095
Фіксовані витрати на групу	
Вартість трансферу «Київ – Житомир – Бердичів – Вінниця – Немирів – Стрільчинці – Печера – Київ» та під'їздів до сплаву (620 км) на Mercedes Sprinter 316	6280
Прокат на два дні двох 8-місних рафтів (4000 грн) та послуги двох гідів-інструкторів (4000 грн). Прокат восьми двомісних палаток (640 грн),	8640
Разом (ФВ)	14920
Кількість туристів (К)	15
Усього фіксованих витрат на одного туриста	995
Ціна «нетто» або обмежена собівартість на одного туриста (So)	2090
Маржинальний дохід (15%So), в тому числі:	313
– умовно-постійні витрати туроператора (оплата праці, соцстрах, реклама, оренда офісу, комунальні послуги, опалення, банківські послуги, амортизаційні відрахування та ін.), 60%	188
– прибуток (P) туроператора (з урахування податку на P), 40%	125
ПДВ, 20%	63
Ціна «брутто» (Вартість путівки на одного туриста)	2466

Джерело: розроблено авторами

Аналіз прибутків при зміні комплектації мікроавтобуса

К	So, грн	Прибуток туроператора, Р*К	Дохід (Д) без комісії туроператора та ПДВ, So*К	ЗВ, грн	Загальні змінні витрати (ЗЗВ), К*ЗВ	ФВ, грн	Повні витрати (ПВ), ЗЗВ+ФВ	Додатковий прибуток (Рд) від зміни комплектації, ПДВ	Ціна «нетто» туру при зміні комплектації, Ск
8	2090	1003	16717	1095	8760	14920	23680	-6963	2960
9	2090	1128	18807	1095	9855	14920	24775	-5968	2753
10	2090	1254	20897	1095	10950	14920	25870	-4973	2587
11	2090	1379	22986	1095	12045	14920	26965	-3979	2451
12	2090	1505	25076	1095	13140	14920	28060	-2984	2338
13	2090	1630	27166	1095	14235	14920	29155	-1989	2243
14	2090	1755	29255	1095	15330	14920	30250	-995	2161
15	2090	1881	31345	1095	16425	14920	31345	0	2090
16	2090	2006	33435	1095	17520	14920	32440	995	2028
17	2090	2131	35524	1095	18615	14920	33535	1989	1973

Джерело: розроблено авторами

Якщо мікроавтобус укомплектувати 15-ма туристами, тоді екскурсійний тур буде проведено беззбитково, тобто доходи від туру (без урахування комісії туроператора і ПДВ) будуть дорівнювати повним витратам, а додатковий прибуток дорівнюватиме 0. В даному випадку точка беззбитковості (Тб) – це та кількість туристів, яка забезпечить повне покриття витрат на тур (рис. 1). Окрім

того, вона є початком оптимізації отримання додаткового прибутку при зміні комплектації мікроавтобусу.

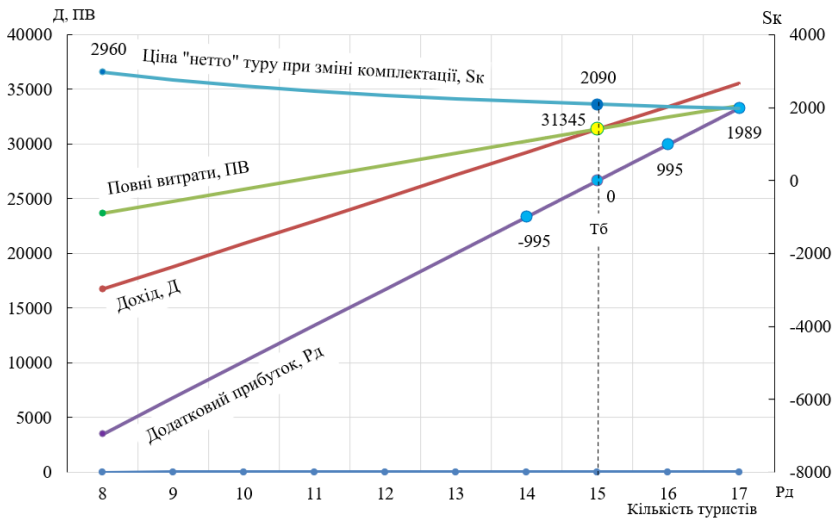


Рис. 1. Точка беззбитковості та оптимізації отримання додаткового прибутку при зміні комплектації мікроавтобусу

Джерело: розроблено авторами

При комплектації мікроавтобуса менше 15 осіб ціна «нетто» туру при зміні комплектації (S_k) для туриста суттєво зростає, повні витрати (ПВ) не покривають доходи (Д) і є ризик зменшення попиту на тур, який буде збитковим. При комплектації мікроавтобуса кількістю туристів більше 15 осіб (до 17 осіб) виникає додатковий прибуток (рис. 1) за рахунок економії на фіксованих витратах. Наприклад, 16 туристів дають додатково 995 грн, а 17 туристів – 1989 грн незалежно від того, що туроператор отримує основний прибуток від встановленого маржинального доходу (табл. 2).

Це пояснюється тим, що при зростанні кількості туристів від 15 фіксовані витрати не зміняться, а дохід зросте на 995-1989 грн. Саме ці суми і складають додатковий прибуток окрім запланованого, який, у свою чергу, забезпечує підвищення ефективності екскурсійного туру при незмінній його вартості 2090 грн (табл. 2).

Література:

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.С. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навчальний посібник. Київ : Знання України, 2002. 358 с.
2. Король О.Д. Організація екскурсійних послуг у туризмі : навч.-метод. посібник. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2016. 144 с.
3. Мальська М. П., Мандюк Н. Л. Основи маркетингу у туризмі : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 336 с.
4. Миронов Ю.Б., Новицька-Колодіна А.О. Методика оптимізації цінової політики підприємств рекреаційного туризму. *Журнал Молодь і ринок*. 2005. № 1(11). С. 106–109.
5. Скопень М.М., Красавцева Л.Ю. Один із підходів до оптимізації вартості послуг гостинності/ Modern transformations in economics and management : V International scientific-practical conference (March 26-27, 2021. Klaipeda, Lithuania). Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 2021. P. 165-170. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-064-3-38>
6. Туроператор «4 сторони». URL: <https://pohod.org.ua/> (дата звернення: 27.01.2022).
7. Туроператор «Екстрімтур». URL: <https://extremetour.com.ua/> (дата звернення: 27.01.2022).
8. Автопарк компанії «АВТОТРАНСФЕР». URL: <http://surl.li/bfmsr> (дата звернення: 27.01.2022).

Khadzhyanova O. V., DSc. (Economics), professor
Mykolas Romeris University
Vilnius, Lithuania

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-19>

CORPORATE MODELS OF DIGITAL TRANSFORMATION OF ECONOMIC SECURITY SYSTEM

The aim of the study is to develop an organizational model of digitalization of business processes of enterprises in the stage of digital transformation, ensuring economic security. Innovative directed solutions involve large-scale technical re-equipment, rethinking the methods of making managerial decisions, improvement and optimization of the organizational structure and personnel policy, so the issue of ensuring the economic security of companies in these conditions became especially relevant.

The specifics of the changes associated with the digitalization of organizational models, transforms the company management system [1]. Most significant digital changes affect the area of ensuring economic security, since the high openness of companies to the external environment entails the emergence of a number of threats and risks for their activities.

The sustainability of companies is determined by the complex impact factors of the internal and external environment and their optimal combination [2]. For ensuring the sustainable development of companies is necessary not only improvement and adaptation to the conditions of digitalization of methodological organization management tools, but also providing economic business entity security.

The intensive development and spread of digital technologies in recent years has significantly changed the face of key sectors of the economy and social sphere. More and more organizations are seeking to move business processes into the digital environment, thereby significantly reducing transaction costs and significantly increasing economic activity [3]. The Internet is forming a giant, virtually barrier-free, market with truly global competition and very high dynamics of all its elements (companies, products and services, consumers).

Digital transformation is qualitative change in business processes and business models, primarily arising within digital platforms, and significant socio-economic effects from their implementation. Digital transformation is not only the introduction of digital technologies, but also the transformation of many horizontal and vertical business processes, optimization of operational procedures, changing established models and formats of interaction between participants in value chains.

New technological solutions require complementary investments in the improvement of organizational practices, the development of employee competencies, the culture of working with data and digital solutions (Table 1).

Digitalization should provide the market with modern technological solutions, using which the company will provide itself with an advantage in the rate of reducing specific operating and investment costs, optimize innovative development, infrastructure maintaining and the structure of technological process management. Analyzing numerous works devoted to this issue [1–10], and pilot digitalization projects, in the activities of modern companies, it can be identified several main areas that will be «digitized» and a description for them were give (Table 2).

Table 1

**Positive effects, challenges and threats
to businesses from digitalization**

Positive effects	<p>accelerated automation of production processes; reduction of the production cycle; formation of a new type of value chain; improving the quality of goods and increasing their diversity and individuality; expansion of product sales channels; opportunity for access to world markets, development of new leading and breakthrough markets for goods and services; reduction of risks in management and leveling of incomplete information in decision-making; reduction of paperwork, reduction of errors in working with documents; decentralization of the decision-making process; improving management efficiency; reduction and elimination of jobs; increase labor productivity; reduction of production costs; increasing the level of profitability; opportunities to strengthen cooperation between enterprises and research organizations to implement innovations; ensuring transparency, simplicity and efficiency of interaction with the authorities.</p>
Challenges and threats	<p>the possibility of concentrating power in the market and strengthening monopolies; strengthening the level of competition, reducing entry barriers; capture of new markets by transnational industrial corporations; growing dependence on leading companies in the field of digital technologies; problems of lack of software developers and IT specialists, which in the future may lead to increased costs for their work; the threat of weakening the economic security of industrial enterprises; insufficient level of formation of relevant institutions; lack of financial resources, high interest rates on loans; the emergence of more substitutes, the growth of consumer power; the cumulative effect of digitization may be weaker than expected</p>

Source: compiled by the author based on [5; 9; 10]

Table 2

Directions of digitalization of a modern company

Process	Characteristic
Analysis of data on the operating modes of the enterprise, consumption volumes, in real time	Building a predictive model of the behavior of market entities
	Ensuring prompt response to any malfunctions and accidents
	Predictive analytics
	Ensuring fair value for services
Logic of control processes	Optimization of the organizational structure of the company
	Create a smart configuration
	Management of equipment operating modes due to artificial intelligence, without human intervention
Processes unlocking the potential of the digital network	Identify potential patterns based on comprehensive data analysis
	Data Analytics
	Sales of services to consumers on an energy service basis due to energy savings
	Tariff menu
	Prosumer: the consumer consumes, produces and stores resources
	Smart Homes (Energy Efficiency Management)
	Internet of Things technologies (digital gauges, sensors and communications)
	Connecting consumers on the principle of plug and play
	Using «smart» contracts for settlements
	Analytical services for consumers
Consumer targeting based on socioeconomic data	

Source: compiled by the author based on [4; 5; 6; 7; 8; 9; 10]

The digital transformation is based on the improvement of the unified technical policy of the company, taking into account the necessary changes in technological and corporate processes, and the development of new standards. An organizational model for the digitalization of the company's business processes was proposed, ensuring its economic security, which involved changing the main tasks, principles and effects of activity.

The model tools justify the need for the transition of modern companies to risk-based management based on the introduction of digital technologies and the analysis of a large amount of data, which will lead to the implementation of the main goal of digitalization – equipping the market with modern technological solutions, using which the company will provide itself with an advantage in the rate of decrease in specific operating and investment costs, optimizes development, infrastructure maintenance and process control structure. The above procedures should be provided by a competent management team capable of effectively solving a set of tasks. The complex of solving managerial problems consists of four elements: identification of problems; development and adoption of management decisions; execution and performance improvement. Procedure for making managerial decisions in the context of digitalization is complicated by the presence of uncertainty in terms of the impact of digital tools on current processes, the conservative views of managers and a certain «fear of change».

Based on the analysis of structural industry changes, it is proposed organizational model of digitalization of business processes of the company ensuring its economic security, distinguished by justification the need to switch to risk-based management, which allows ensure the formation of a fundamentally new infrastructure in order to implementation of an accessible, efficient and flexible interaction process between all interested market participants with minimal transaction costs. In the course of a comprehensive analysis of threats to sustainable development modern companies substantiated and classified the key risks, a distinctive feature of which is the allocation of typification sustainability of companies as a tool to ensure their economic security. Taking into account the proposed classification allows us to formulate areas of localization of the

negative impact of risk events on keybusiness process performance and sustainability companies.

References:

1. Okewu E, Misra S, Maskeliūnas R, Damaševičius R, Fernandez-Sanz L. Optimizing green computing awareness for environmental sustainability and economic security as a stochastic optimization problem. *Sustainability*. 2017. Oct;9(10):1857.
2. Ozili P.K. Impact of digital finance on financial inclusion and stability. *Borsa Istanbul Review*. 2018 Dec 1;18(4):329–40.
3. Lyons A.C., Grable J.E., Joo S.H. A cross-country analysis of population aging and financial security. *The Journal of the Economics of Ageing*. 2018 Nov 1;12:96–117.
4. Lambert T., Liebau D., Roosenboom P. Security token offerings. *Small Business Economics*. 2021 Sep 12:1–27.
5. Verheggen H. Corporate Strategies for Blockchain-Based Solutions. *InDisintermediation Economics 2021* (pp. 47–67). Palgrave Macmillan, Cham.
6. Jelovac D., Ljubojević Č., Ljubojević L. HPC in business: the impact of corporate digital responsibility on building digital trust and responsible corporate digital governance. *Digital Policy, Regulation and Governance*. 2021 Jun 21.
7. Oncioiu I., Popescu D.M., Anghel E., Petrescu A.G., Bilcan F.R., Petrescu M. Online Company Reputation – A Thorny Problem for Optimizing Corporate Sustainability. *Sustainability*. 2020 Jan;12(14):5547.
8. Mahanti R. Introduction to Governance, Corporate Governance, and Compliance. *InData Governance and Compliance 2021* (pp. 1–7). Springer, Singapore.
9. Epstein M.J. Adapting for Digital Survival. *Strategic Finance*. 2018 Feb 1;99(8):26–33.
10. Grove H., Clouse M., Schaffner L.G. Digitalization impacts on corporate governance. *Journal of governance & regulation*. 2018(7, Iss. 4): 51–63.

This research is/was funded by the European Social Fund under the No 09.3.3-LMT-K-712-23-0211 «Transformation of the economic security system of enterprises in the process of digitalization» measure.

INNOVATIVE STRATEGIES FOR THE FORMATION AND USE OF HUMAN CAPITAL

Левіщенко О. С., к.е.н.

Амеліна Н. К., к.е.н.

*Національний транспортний університет
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-20>

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА КОНСАЛТИНГОВИЙ РИНОК В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Цифровізація суттєво впливає на галузь професійних послуг як напряму, так і через зміни бізнес-середовища. Цифрові технології змінюють бізнес замовників, а ті, в свою чергу, вимагають від консультантів усе більшої швидкості, якості та гнучкості. Окрім того, цифрові технології в поєднанні з нецифровими факторами створюють комбінований тиск, що зумовлює значну трансформацію консультантів та експертів до нової ери надання послуг.

Галузь консалтингових послуг має багату історію та значні темпи росту. А здатність консультантів адаптуватися до мінливого попиту зіграла важливу роль і розвитку консалтингової індустрії, і ця гнучкість проявляється і сьогодні, під час пандемії та змін, що спричинені цифровими технологіями.

Сьогодні існує два протилежні погляди щодо того, чи цифрові трансформації суттєво впливають на консалтингову

галузь. Одні експерти вважають, що консалтинговий ринок завжди стикався з серйозними викликами спричиненими змінами, був гнучким і успішно трансформувався. Підтвердженням цієї позиції є стрімке зростання ринку загалом та збільшення кількості фахівців, що надають консалтингові послуги. Отже, ринок є стійким до будь-яких змін, в тому числі і до цифрових.

Думки іншої групи експертів полягають у тому, що, незважаючи на зовнішню спритність, галузь консалтингових послуг можливо наближається до точки біфуркації, оскільки цифрові технології радикально змінюватимуть ринок консалтингових послуг.

На нашу думку, основні ключові питання, що визначатимуть силу впливу цифрових технологій наступні: які тенденції формують цифрові технології; який вплив чинитимуть тенденції на консалтингові послуги; як трансформується бізнес-модель консалтингу.

Ключовими цифровими тенденціями, що одночасно руйнуватимуть старий і створюватимуть новий «цифровий» ринок консалтингових послуг будуть:

– «Демократизація знань» – головний деструктивний фактор консалтингової галузі, так як базується на тому, що суттєво підриває «Інформацію» – один з основних елементів класичної моделі консалтингових послуг;

– «Цифровізація елементів консалтингу» полягає в тому, що цифрові технології легко долають міжгалузевий бар'єр і адаптуються для використання у галузі, для якої не створювалися безпосередньо. Це дозволяє консультантам використовувати весь спектр технологій, як цифрових помічників для виконання частини роботи консультанта;

– «Штучний інтелект як консультант» – суттєво трансформує сферу консалтингових послуг. Але, варто

пам'ятати, що «штучний інтелект» все ще залежний від людського фактору (дій безпосередньої людини) та є упередженим, позбавленим почуттів та креативності. Це якраз сильна сторона людини, яку не замінить жодна машина, оскільки сила людського мислення та можливість створення нових речей без попереднього програмування;

– «UBERизація» – розвиток маркетплейсів експертів та навчальних платформ дозволить зростати фріланс-екосистемі консалтингового ринку [1].

Постає питання як консультант може «вижити» в епоху цифрових перетворень, що формують нові потреби та вимоги клієнтів, які весь час прагнуть більшого? Пріоритетними навичками, якими має володіти консультант, є інноваційність, креативність, критичне мислення та глибока експертиза. Консультанта від «штучного інтелекту» відрізняє здатність прийняття креативних рішень, які не запрограмовані для машин. Консультант допоможе клієнту прийняти остаточне рішення та розглянути всі їх варіанти. Якщо в традиційній (класичній) моделі консалтингу основну роль відігравали передові галузеві знання, то при цифровій моделі – основним є здатність використовувати ідеї для нового спрямування досвіду і переосмислення бізнес-моделей з використанням даних та цифрових технологій. Отже, консультант має мислити нестандартно і пропонувати швидкі інноваційні рішення.

Ще однією конкурентною перевагою «живого консультанта» є наявність комплексного набору навичок (розуміння бізнес та цифрових технологій, бачити як їх можливо поєднати для вирішення бізнес-проблем).

Загалом, бізнес-консалтинг змінюється і може бути навіть повністю трансформований завдяки штучному інтелекту та машинному навчанню. Але через те, що машини все одно не

можуть мислити так як люди, то все, що ми можемо зробити – це випередити їх, ставши більш інноваційними та креативними, і не дотримуватись усталених правил. Щоб залишатися на ринку, консультант повинен пропонувати клієнтам інновації і бути на крок попереду у всіх областях, в яких він має досвід. Отже, консультанти перебуватимуть у жорсткій конкуренції із штучним інтелектом та іншими гравцями, але мають усі шанси стати новими «цифровими консультантами» щоб перемогти [1].

Пандемія корона вірусу мала величезний вплив як на світову так і на економіку окремих країн. Звичайно, ця ситуація торкнулася і ринку консалтингових послуг. Лідери консалтингового бізнесу по різному підійшли до вирішення всесвітніх проблем, що безпосередньо вплинули на їх клієнтів.

Одна із провідних компаній великої четвірки Boston Consulting Group запропонувала модель «вижити-процвітати-надихати», яка описує три підходи боротьби з пандемією.

Одні компанії зосереджуються на виживанні – боротьбі з шоком та невизначеністю, моніторингу грошових потоків, стабілізації бізнесу і підтримці клієнтів, головним чином за допомогою цифрових та віртуальних каналів.

Інші компанії обирають шлях процвітання – змінюють існуючі продукти для задоволення нових потреб клієнтів, пришвидшують випуск нових продуктів на ринок та підтримують впізнаваність свого бренду. Хорошим прикладом є Uber, який залучає все нові послуги, такі як співпраця з ресторанами та Інтернет-магазинами.

Найбільш успішним підходом, за моделлю Boston Consulting Group є «надихати». Це компанії, які стали частиною інструменту боротьби з самою пандемією

COVID-19. Наприклад, IBM очолює консорціум, який безкоштовно надає високопродуктивні обчислювальні ресурси дослідникам COVID-19. Великі консалтингові фірми зробили аналогічні кроки, зокрема, через надання постійного потоку свіжої інформації і результатів досліджень. Проте важливим для успіху компаній є не лише те, що вони роблять, але і те, як вони це робили. Тут значним є прояв креативності, спритність і вміння орієнтуватись у ситуації [2].

Література:

1. Вплив цифровізації на ринок консалтингових та експертних послуг 2021. Аналітичний звіт. URL: https://www.merezhha.ua/report/impact_of_digitalization_2021.pdf
2. Матеріали компанії Boston Consulting Group. URL: www.bcg.com

PROBLEMS OF MANAGEMENT AND MARKETING IN THE CONDITIONS OF DEVELOPMENT OF THE SOCIAL LIFTS

Бабух І. Б., к.е.н., доцент

Боднар М. Л., магістр

Суруджій Б. П., магістр

Чернівецький національний університет

імені Юрія Федьковича

м. Чернівці, Україна

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-21>

ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ ПРИ РОЗРОБЦІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ

В умовах сучасної висококонкурентної ринкової економіки ефективний розвиток підприємств, їхнє стабільне становище та перспективи розвитку визначаються у тому числі і розвинутим комплексом маркетингу підприємства. Серцевиною такого комплексу виступає маркетингова стратегія, яка є однією з найважливіших компонент системи менеджменту підприємства. Розробка маркетингової стратегії є обов'язковою складовою менеджменту підприємства, яке використовує маркетингове планування й аналіз. Такі підприємства мають більш стійкі позиції на ринку в порівнянні з конкурентами. Планування й аналіз в системі менеджменту передбачають розробку стратегій і шляхів їх реалізації, які спрямовані на досягнення поставлених цілей підприємства. Мета планування полягає в

зниженні рівня ризику ведення бізнесу в умовах мінливого зовнішнього середовища, забезпечення стабільного розвитку підприємства. Інструментарій маркетингового аналізу являє собою в цьому сенсі сукупність методів, що застосовуються для обґрунтування різних по часовому дедлайну та способам реалізації маркетингових рішень: стратегічних, тактичних, оперативних.

Щоб обрати необхідні аналітичні інструменти компанія повинна перш за все виходити із власної корпоративної стратегії. Без такого фундаменту у вигляді стратегії, суб'єкти економіки визначають кошти, виділені на маркетинг, базуючись, як правило, на бюджеті попереднього року або ж орієнтуються на те, які продукти чи напрямки мали найвищі фінансові показники. Відповідно менеджмент спрямовує свої ресурси на найбільш активні підрозділи і продукти, нехтуючи при цьому тими, які потребують інтенсифікації комерційних зусиль або укріплення позицій. На противагу такому підходу виступає раціональний, який здійснює оцінку пропозицій, виходячи із їх стратегічної вагомості, економічної цінності та періоду окупності інвестицій.

Цифровізація економіки, поява нових інформаційних джерел збільшили наукові можливості для маркетингового аналізу, однак системність в комплексі маркетингу залишається надзвичайно вагомим чинником: для того, щоб формувати правильні стратегічні напрямки та розбудовувати загальну стратегію розвитку підприємства, суттєво важлива достовірна експертна оцінка, проте, для створення нових методів використання даних чи пошуку нових можливостей для їх залучення, потрібне постійне вивчення нової інформації для здійснення маркетингового аналізу.

Щоб правильно будувати маркетингову стратегію, підприємства мають дослідити переваги і недоліки

різноманітних інструментів та методів, щоб віднайти ті, які найбільш точно визначатимуть головні показники ефективності діяльності підприємства, вплив зовнішнього макро- та мікросередовища, розвиток стратегічних підрозділів. Сучасна аналітична практика дає велику кількість аналітичних методів та інструментів, що слугують критерієм вибору і розробки маркетингової стратегії: матричні, статистичні, економіко-математичні, евристичні, SWOT-аналіз, SNW-аналіз, GAP-аналіз, ABC-аналіз, PEST-аналіз тощо [2]. При розробці стратегії в умовах висококонкурентного ринку, підприємство здійснює пошук того, що може стати його конкурентною перевагою, яка в свою чергу може базуватись на унікальності продуктів, цінових перевагах, успішному збуті або комплексній системі комунікацій.

Якщо пріоритетним стратегічним напрямком є розробка нового продукту, то безумовно найбільш ефективним буде використання методів експертних оцінок «Дельфі», «Дерево цілей», мозкового штурму. Вибір головного продукту в розрізі маркетингової стратегії компанії повинен базуватись на використанні матриці Мак Кінсі – Дженерал Електрик, матриці БКГ, Ансоффа, методі сегментування, статистичних методах, SWOT- та PEST-аналізах.

Наприклад, якщо підприємство хоче отримати цінову конкуренту перевагу, то зрозуміло, що основним інструментарієм маркетингового аналізу при розробці стратегії виступають вартісно-орієнтований аналіз, матриця «ціна-якість», статистичні методи та інструменти сегментування, SWOT-аналіз. Для розробки стратегічних підходів збутової політики обов'язковим є застосування ABC-, PEST-, GAP-аналізів, матриці Мак-Кінзі та БКГ. Для розбудови комунікаційної складової й виокремлення

становища товарів на ринку маркетингологи застосовують матриці БКГ та GAP-аналіз. Крім вищеназваних існує також достатня кількість нових сучасних аналітичних методів, які застосовують при виборі та розробці маркетингової стратегії, наприклад, моделювання комплексу маркетингових заходів, яке застосовується як для аналізу довгострокових стратегічних цілей, так і для тактичного планування на найближчу перспективу, сучасні евристичні методи, наприклад RCQ (охоплення, витрати, якість); перспективні методи, такі як атрибутивне моделювання [1].

Окремі компанії надають перевагу використанню одного аналітичного методу, однак максимальних результатів досягають лише тоді, коли аналітичні інструменти використовуються комплексно, оскільки саме такий підхід дає можливість мінімізувати помилки та дозволяє гнучке коригування управлінських рішень. Таким чином, можна стверджувати, що головними критеріями вибору ефективної маркетингової стратегії виступають саме результати глибинного маркетингового аналізу, а побудова стратегії компанії взагалі неможлива без застосування численних інструментів маркетингового аналізу.

Література:

1. Сухаревский А., Сингер М. Инструменты маркетингового анализа. Вестник McKinsey. 2016. № 33. URL: <http://vestnikmckinsey.ru/marketing-and-sales/using-marketing-analytics>
2. Штефанич Д., Братко О., Дячун О., Лагоцька Н., Окрепкий Р. Маркетинговий аналіз / за ред. д.е.н., проф. Д.А. Штефанича. Тернопіль : Економічна думка, 2011, 267 с.

Миков Д. М., головний спеціаліст
*Управління праці та соціального
захисту населення
м. Коростень, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-22>

РОЛЬ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

В умовах пандемії COVID-19, яка охопила весь світ, багато векторів діяльності зазнало змін та з'явилося безліч особливостей, які диктують нові умови. В тому числі досить доцільно в повній мірі використовувати цифровий маркетинг.

Цифрові медіа забезпечують швидке поширення новин та інформації, стають основним засобом реклами та взаємодії з клієнтом. Формування стратегії просування компанії та товару за допомогою цифрових каналів – основне завдання цифрового маркетингу, який передбачає специфіку медіапланування, активну присутність компанії в соціальних мережах, використання «вірусного» відео та спеціального контенту для залучення уваги мільйонів людей.

У сучасному світі від швидкості прийняття рішення залежить перевага над конкурентами. Цифровий маркетинг дозволяє впливати на процес взаємодії зі споживачем у реальному часі. Така перевага допомагає суттєво збільшити ефективність маркетингу.

Цифровий маркетинг (англ. digital-marketing, інтерактивний маркетинг) – загальний термін, який використовують для позначення таргетингового і інтерактивного маркетингу товарів і послуг, що

використовує цифрові технології та канали для залучення потенційних клієнтів і утримання їх як споживачів.

Основним завданнями цифрового маркетингу є просування бренду і збільшення збуту за допомогою різних методик. Цифровий маркетинг включає в себе великий вибір маркетингових тактик з просування товарів, послуг і брендів.

Разом з тим, крім мобільних технологій, традиційних телебачення і радіо методи цифрового маркетингу використовують інтернет як основний комунікаційний посередник.

Основні заходи цифрового маркетингу: пошукова оптимізація (SEO), пошуковий маркетинг (SEM), контент-маркетинг, маркетинг впливу (influencer marketing), автоматизація створення контенту, маркетинг в електронній комерції, маркетинг у соціальних мережах (SMM), прямі розсилки, контекстна реклама, реклама в електронних книгах, програмах, іграх та інших формах цифрової продукції. Також використовуються канали, не пов'язані безпосередньо з інтернетом: мобільні телефони (SMS і MMS), зворотний дзвінок, мелодії утримання дзвінка [2]. Фундаментальна концепція цифрового маркетингу полягає в клієнтоорієнтованому підході.

До найпопулярніших форм цифрових каналів відносять пошукове просування, контекстну й дражнильну (тизерну), медійну та банерну рекламу, можливості просування в соціальних медіа та блогах, розроблення мобільних додатків для смартфонів, планшетів та інших носіїв, вірусну рекламу.

Цифровий маркетинг використовує п'ять цифрових каналів:

- мережу інтернет і пристрої, що надають доступ до неї (комп'ютери, ноутбуки, планшети, смартфони та ін.);
- мобільні пристрої;

- локальні мережі;
- цифрове телебачення;
- інтерактивні екрани, POS-термінали.

Можна виокремити переваги цифрового маркетингу, насамперед:

- інтерактивність – активне залучення споживача у взаємодію з брендом;
- відсутність територіальних обмежень під час реалізації маркетингових ідей;
- легкість доступу до ресурсу (web-і war-ресурси);
- значне поширення інтернету і мобільного зв'язку забезпечує активне залучення цільової аудиторії;
- можливість оперативної оцінки заходів кампанії та управління подіями в системі реального часу.

Цифровий маркетинг вирішує такі завдання: підтримка іміджу бренда; підтримка виведення нового бренда/продукту на ринок; підвищення впізнаваності бренда; стимулювання брендкових продажів товарів/послуг.

Цифровий маркетинг повинен припускати інтегрування брендів в процес взаємодії між людьми. Слід також зазначити, що вірусне поширення інформації – це лише один з аспектів соціальної динаміки світу цифрових технологій. Важливим є і те, що сьогодні спостерігається зростання соціальних мереж, які являють собою віртуальні місця обміну інформацією. Стратегії для соціальних мереж – теж необхідна складова цифрового маркетингу. Можна інтегрувати бренд у вже існуючу мережу або створити нову соціальну мережу для свого бренду. Світ цифрових технологій еволюціонує, і маркетологам необхідно зберегти свою роль творців майданчиків для взаємодії, де їх споживачі спілкувалися б між собою і створювали велику частину контенту, але з прив'язкою до бренду.

Враховуючи викладене вище, цифровий маркетинг по праву можна назвати науковою концепцією, яка вивчає процеси, що впливають на реакцію споживачів під дією цифрових медіа та сприяє кращому використанню всіх можливостей для вимірювання ефективності та оптимізації маркетингової діяльності.

Література:

1. Міжнародне дослідження Deloitte 2020 Human Capital Trends <https://www2.deloitte.com/ua/uk/pages/about-deloitte/press-releases/gx-2020-global-human-capital-trends-report.html>
2. Матвіїв М. Я. Нова парадигма маркетингу підприємств в умовах глобалізації : [монографія]. Т. : Економічна думка, 2013. 415 с.
3. Очківська М.С., Рибалко М.А. Маркетинг: нові тенденції та перспективи : навч. пос. Москва: Економічний факультет МГУ ім. М.В. Ломоносова, 2020. 176 с.
4. Тренди digital&маркетингу 2014 року. URL: <http://vcourse.ua/ua/business/trendy&digital&marketinga.html>

Питуляк Н. С., к.е.н.,
доцент кафедри маркетингу і логістики
Національний університет «Львівська політехніка»
м. Львів, Україна

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-23>

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНИХ ЛІФТІВ В КОНТЕКСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ КОМУНІКАЦІЙ

Опосередковані поняття соціальних ліфтів можна знайти у працях Арістотеля, Геродота, Полібія, Македонського та інших. Сучасні трактування терміну «соціальний ліфт» з'явилися на початку ХХ століття. Вагомий внесок в дослідження соціальних ліфтів, а також соціальної стратифікації і мобільності здійснив американський соціолог та культуролог російського походження Пітирим Сорокін. Він використовував поняття «соціальний ліфт» під час дискусій з керівництвом російської соціал-демократичної робітничої партії у контексті революційних змін щодо соціальної структури суспільства. Тому науковця можна вважати автором терміну «соціальний ліфт».

Проблема соціального ліфту тісно пов'язана із соціальною мобільністю [5, с. 65]. Згідно трактування Сорокіна П., соціальна мобільність – це переміщення індивідів всередині соціального простору, будь-який перехід індивіда або соціального об'єкта (цінності), тобто всього того, що створено або модифіковане людською діяльністю, з однієї соціальної позиції до іншої [7, с. 292]. Він виокремлює два основні типи соціальної мобільності: горизонтальну й вертикальну [7, с. 292–298]. Соціальні ліфти належать до вертикальної соціальної мобільності, яка має певні

закономірності, основними з яких є такі: соціальні прошарки суспільства не є абсолютно закритими, тому існує вертикальна мобільність в політичному, економічному, професійному аспектах; не існує суспільства, в якому вертикальна мобільність є абсолютно вільною, а отже виникає певний спротив; вертикальна соціальна мобільність має змінний характер: має відмінності та змінюється від одного історичного періоду до іншого, аналогічно від одного суспільства до іншого [7, с. 295–298].

Соціальні ліфти займають важливе місце в розвитку громадянського суспільства, особливо під час переходу від індустріального до постіндустріального етапу розвитку. В Україні повинні бути створені усі умови для популяризації соціальних ліфтів серед різних прошарків суспільства. Прошарки суспільства умовно можна поділити на вищий, середній та нижчий класи, які відповідно є нерівними в економічному, соціальному, політичному та інших аспектах. Нерівність прошарків суспільства зумовлює проблеми, пов'язані з популяризацією соціальних ліфтів, тому виникає необхідність застосування грамотних підходів, які можуть базуватися на концепціях маркетингу, а основним суб'єктом популяризації можуть бути органи державної влади.

Ф. Котлер, основоположник теорії маркетингу, зазначав, що маркетинг – це вид людської діяльності, спрямований на формування попиту та задоволення потреб споживачів, а одним з елементів маркетинг-міксу є маркетингова комунікаційна політика, яку можна розглядати з одного боку як інструмент впливу на цільові аудиторії, а з іншого – як інструмент зворотнього зв'язку з цими аудиторіями [2; 4]. На основі досліджень теоретичних положень маркетингу, можна виділити такі цілі маркетингової комунікаційної політики, які допоможуть популяризувати соціальні ліфти:

1) широке інформування різних груп суспільства про можливість та необхідність соціальної мобільності;

2) формування попиту за допомогою спеціальної соціальної реклами про соціальну мобільність та соціальні ліфти;

3) формування позитивного іміджу основних каналів соціальної циркуляції, серед яких можна виокремити: освіту, громадську діяльність, політику, органи державної влади та державну службу, церкву, спорт, шоу-бізнес, засоби масової інформації;

4) збільшення цінності поняття «соціальний ліфт» і таким чином стимулювання активності окремих осіб та цілих груп, які планують або мають бажання брати участь в проектах соціальної мобільності та стати учасниками соціальних ліфтів;

5) мотивація окремих осіб та цілих груп, які планують або мають бажання переміститися з однієї соціальної групи в іншу.

Отже, на основі вище викладеного матеріалу, можна зробити висновок, що застосування концепцій маркетингу, зокрема маркетингової комунікаційної політики, може забезпечити максимальну ефективність популяризації соціальних ліфтів для різних класів суспільства. Основна мета популяризації – залучення великої кількості національно свідомої, суспільно активної та творчої молоді з нижчих класів у вищі. Оскільки класи суспільства концептуально різняться між собою, то застосування маркетингу дозволить провести сегментацію різних класів та соціальних груп суспільства, дослідити основні потреби та можливості реалізації осіб з різних класів та сформувані на основі таких досліджень ефективну маркетингову комунікаційну політику популяризації соціальних ліфтів для

кожного класу. Така вертикальна соціальна мобільність за допомогою маркетингової політики комунікацій буде сприяти створенню нових та удосконаленню уже існуючих соціальних, економічних, політичних, наукових та громадських засад розвитку функціонування суспільства.

Література:

1. Алексенцева К. С. Особливості формування успішної професійної кар'єри в національному контексті. Вісник Одеського національного університету. 2003. Серія: Соціологія і політичні науки. Т. 8, вип. 9. URL: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/handle/123456789/1232>

2. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг: загальний курс. 5-те вид. Київ : Діалектика, 2001. 608 с.

3. Детермінанти соціально-економічної нерівності в сучасній Україні : монографія / [О. М. Балакірева, В. А. Головенько, Д. А. Дмитрук та ін.] ; за ред. О. М. Балакіревої. Київ : Ін-т екон. та прогноз. НАН України, 2011. 592 с.

4. Котлер Ф. Основы маркетинга : [краткий курс] / пер. с англ. М. : Издательский дом «Вильямс», 2007. 656 с.

5. Кривошеїн В. В., Примуш М. В. Соціальні ліфти як механізм реалізації державної молодіжної політики. Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса. 2021. Серія: політичні науки. № 6 (2021). С. 63–68.

6. Обіход М. Вдосконалення державного управління реалізацією молодіжної політики в Україні. Ефективність державного управління. 2017. Вип. 3 (52), ч. 1. С. 159–167.

7. Sorokin P. A. Social and Cultural Mobility. New York : The Free Press, 1959. 645 p.

ECONOMICS OF THE USE OF NATURE AND MODERN PROBLEMS OF ENVIRONMENTAL PROTECTION

Гуржий Т. О., к.е.н.,
завідувачка відділу аспірантури та докторантури
Дніпровський державний технічний університет
м. Кам'янське, Україна

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-24>

ЕКОНОМІЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ СУЧАСНИХ КОМПАНІЙ

Проблема раціонального природокористування полягає у безмірному та стрімкому знищенні запасів елементів екосистеми, живої та неживої природи, що виступають умовами життєдіяльності біосфери. Міжнародними організаціями світу, зокрема ООН, визначається, що проблеми природних ресурсів та екологічні проблеми приводять до відсутності продовольчої безпеки, енергетичної безпеки, втрати біорізноманіття, забруднення, нераціонального землекористування та інших проблем. Саме тому, влада, домогосподарства та суб'єкти господарювання мають докладати зусиль до збереження природних ресурсів.

Звертаючись до практик екологізації діяльності сучасних компаній, відзначимо поширення серед них концепції корпоративної соціальної відповідальності, яка базується як на екологічних аспектах, так і на економіці та соціальній політиці компаній.

Корпоративна відповідальність та ESG- політика сьогодні є не лише етичним аспектом ведення підприємницької діяльності. Це також очікування більшості співробітників, інвесторів та споживачів. Як показують зарубіжні звіти [2; 5], 77% споживачів вважають за краще купувати продукти або послуги компанії, яка демонструє відданість вирішенню соціальних, економічних та екологічних проблем. Таким чином, споживачі вважають, що, використовуючи продукт чи послугу соціально відповідальної компанії, вони роблять свій внесок у сталий розвиток світової спільноти. Чим соціально відповідальніша компанія, тим більш прихильними стають її споживачі. Такої самої точки зору дотримуються 73% інвесторів. Більше того, майже половина респондентів заявляють, що компаніям необхідно «зробити світ кращим», порівняно з 37%, які заявили, що для бізнесу важливіше заробляти гроші для акціонерів. Опитування, проведене Deloitte у 2019 році [1], показало, що питання зміни клімату та захисту навколишнього середовища знаходяться на першому місці.

Основні аспекти діяльності суб'єктів господарювання у галузі ESG-політики є впровадження принципів сталого розвитку, дбайливе ставлення до довкілля та мінімізація негативного впливу на нього, інтегрування ESG-факторів в клієнтські та продуктові бізнес-процеси, сприяння ESG-трансформації економіки.

У світі поширюються «зелені» практики фінансування, які сприяють етичній та відповідальній організаційній поведінці та не суперечать максимізації добробуту для зацікавлених сторін. Отримує розвиток практика «зелених інновацій», які є відносно новим інструментом[4].»Зелені інновації» створюють цінність за рахунок вирішення екологічних проблем, проблем ринку, галузі, компанії та/або споживачів

через продукти та процеси, тобто виділяють два напрямки: інновації у сфері екологічно чистих продуктів; інновації у екологічних процесах.

Інновації в екологічних продуктах пов'язані із застосуванням інноваційних ідей, спрямованих на розробку, виробництво та стратегічне впровадження нових продуктів, новизна та екологічність яких набагато перевершує традиційні продукти. Інновації в екологічних процесах пов'язані з енергозбереженням, запобіганням забруднення, переробки відходів.

Інновації повинні створювати економічну цінність і для цього вони повинні забезпечувати зростання продуктивності, генеруючи або більш високу маржу, або більш високий прибуток, або більш високу цінність для зацікавлених сторін, більш високу частку ринку, високий корпоративний імідж, покращення продуктивності з екологічної точки зору або поєднання всього перерахованого вище, що призводить до збільшення конкурентоспроможності [6].

Звертаючись до досвіду китайських банків [3], які є одними з провідних у галузі інноваційних рішень, було виділено ті банківські продукти та послуги, які могли б розширити перелік «зелених інновацій» у суспільстві.

«Зелений лізинг» – продукт, запропонований у 2020 р. у Китаї, який спрямований на придбання такого майна, як автомобілі на чистих джерелах енергії, міський залізничний транспорт, пасажирський та вантажний залізничний транспорт на чистих джерелах енергії. Крім того, китайські банки підтримали промисловість у її зеленій модернізації та трансформації за рахунок цієї програми. Зокрема, «зелений лізинг», як основний інструмент, допоміг виробничому сектору широко застосовувати нові технології

енергозбереження, скоротити викиди та енергоспоживання, а також сформувані більш екологічні потужності з виробництва вугілля та сталі [3].

Створення банками «Зелених фондів» може мати форму цільового інвестиційного механізму для компаній, які займаються екологічно чистим бізнесом, таким як альтернативна енергія, зелений транспорт, управління водними ресурсами та відходами, а також сталим розвитком.

Ще один фінансовий інструмент – «зелені гарантії», які застосовуються в тому випадку, коли банк не здатний оцінити ризики, пов'язані з новими екологічними технологіями, відсутні історичні дані щодо нової галузі та бізнес-моделі.

Таким чином, сьогоденні тенденції свідчать про поширення інструментів екологізації функціонування сучасних компаній фінансового та не фінансового секторів економіки. У синергії із макроекономічним та наднаціональним регулюванням економіки, такі тенденції сприятимуть покращенню природокористування та екологічних показників.

Література:

1. 16 Brands Doing Corporate Social Responsibility Successfully. URL: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/corporate-16-brands-doing-corporate-social-responsibility-successfully>
2. America's Most Responsible Companies 2020. URL: <https://d.newsweek.com/en/file/459820/methodology-americas-most-responsible-companies.pdf>
3. China Construction Bank Corporation Corporate Social Responsibility Report 2020. URL: http://www.ccb.com/en/newinvestor/upload/20210327_1616775640/20210327001724508034.pdf
4. Hermundsdottir F, Aspelund A. Sustainability innovations and firm competitiveness: a review. *Journal of Cleaner Production*. 2021. Vol. 280. DOI: 10.1016/j.jclepro.2020.124715

5. Top Corporate Social Responsibility Trends in 2020.
URL: <https://www.smartrecruiters.com/blog/top-corporate-social-responsibility-trends-in-2020/>

6. Tu Y., Wu W. How does green innovation improve enterprises' competitive advantage? The role of organizational learning. *Sustainable Production and Consumption*. 2020. Vol. 26. P. 504–516. DOI: 10.1016/j.spc.2020.12.031

DEMOGRAPHY AND SOCIAL POLICY: AN INNOVATIVE CONTEXT

Шедяков В. Е., д.с.н., к.э.н., доцент
независимый исследователь
г. Киев, Украина

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-25>

НАРАЩИВАНИЕ ПРОДУКТИВНОЙ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ТКАНИ КАК ЗАДАЧА: УСЛОВИЯ ПАНДЕМИИ

Все прогрессы реакционны, если рушится человек
А. Вознесенский

Условия пандемии обостряют проблему обеспечения качества социализации. С одной стороны, по объективным причинам продолжает ускоряться процесс вытеснения человека из непосредственного производства; с другой, – как потенциал повышения удельного веса свободного времени может использоваться разнообразно, так и ослабление социальных контактов усложняет задачу своевременного контроля общества за отсутствием девиантного поведения [1–4]. Подобным же образом цифровизация, с одной стороны, является неотъемлемой чертой научно-технического прогресса, с другой же, – может служить не только истончению социокультурной ткани, но и её искривлению. Тем самым взаиморезонирующие результаты пандемии и цифровизации предполагают повышение общественной культуры использования времени,

закрепление её продуктивного, творческого характера. Использование ситуации не в негативном, а в позитивном тренде формирует двуединую задачу: – не допустить разъедания социокультурной ткани общества, обеспечив её наращивание; – усилить продуктивную, созидательную направленность вектора её изменений [5–8].

Именно здесь кроется один из важных предохранителей от деструктивных сценариев атомизации, хаотизации, а то и взаимного насилия. Причём на нынешнем этапе технотронного могущества извращённость социальной системы, политического режима, характера общественных отношений акцентирует именно тоталитарную подмену глобальной плутократией информации, виртуальными миражами действительной реальности [9–14]. Созданная тотальность искажённой социализации, господство иррациональности в жизни общества отчуждения подавляет и искривляет развитие подлинных сущностных сил человека, направляя их в деструктивное, аморальное русло и продуцируя отрицательный отбор. Насаждение же идеологии нетрудового, быстрого и лёгкого обогащения на деле означает отказ от укоров совести, от нравственного фундамента общества и базовых ценностно-смысловых комплексов, что и становится предтечей вала воровства и дешёвой распродажи национального достояния: как ископаемых, так и всенародных достижений прошлых лет.

Экономические, энергетические, экологические, военно-технические проблемы, зачастую, являются вторичными, во многом оказываясь следствием нравственно-духовного надлома и идеологической подмены. При этом настойчивым культивированием идеологии тоталитарной плутократии, рыночного фундаментализма и псевдоэкологических догм, преподнесением квазизападных шаблонов жизни как

желательных пытаются не только заместить народные традиции, социальное наследие, базовые ценностно-смысловые комплексы культурно-цивилизационного мира, но и исказить исторический опыт, сломав национальные стратегические перспективы. Так, разрушение трудового настроя и тиражирование идола успеха в формуле: «ничего не делая, стать известным и богатым» – создаёт предпосылки уничтожения общество, но именно образ случайного и нетрудового характера успеха порой несут глобальные СМИ. Между тем, идея личного обогащения «любой ценой» не способна быть единственной опорой сильного государства как механизма господства общих целей над частными интересами. Тесно связанные с психическими отклонениями и физиологическими болезнями заведомо антипатичные анти-и псевдо-ценности насаждаются вместе с развратом и патологиями ради подталкивания атомизации и расчеловечивания; эти раковые клетки умирают, пожирая социокультурную ткань, разрушая человека, общество и государство. Когда извращение и регресс выдаются за прогресс, а апологетикой звериных инстинктов и животных удовольствий подменяют базовые ценностно-смысловые комплексы – это один из факторов и симптомов искажённой социализации. Притом погружённые в эгоцентризм и порок не способны к созиданию будущего. Наоборот, народы, имеют прочный инстинкт государства, во время трансформационных процессов получают дополнительный бонус. В свою очередь, социально ответственным является тот бизнес, который, эффективно решая свои коммерческие задачи, сочетает экономический успех с движением к социальному благополучию и экологической безопасности. А роль развёртывания потенциала социально ответственных партнёрских отношений в комплексе государственных

средств предотвращения угроз развитию страны и обеспечению системного уровня развития гражданского общества определяется и тем, что на сегодня налаживание социального партнерства является безальтернативным средством продуктивного сочетания общественных сил [15–18].

Литература:

1. Моль А. Социодинамика культуры. Изд. 3-е. М. : Изд-во ЛКИ, 2008. 416 с.
2. Майр П. Управляя пустотой. Размывание западной демократии. М. : Изд-во Ин-та Гайдара, 2019. 216 с.
3. Lasch С. The Revolt of the Elites and the Betrayal of Democracy. N.Y.–L. : W.W. Norton & Company, 1977. 288 p.
4. Галин В. Тупик либерализма. Как начинаются войны. М. : Алгоритм, 2011. 544 с.
5. Шилов В.В. Роль Интернета в политической сфере социума. Ч. 2. *Власть*. 2019. Т. 27. № 1. С. 75–82.
6. Шедяков В.Е. Управление инфосферой и управление инфосферы: вектор постглобальных трансформаций. *Розвиток сучасних міжнародних економічних відносин: фінансово-економічні та соціальні чинники* : Матер. II Міжнар. наук.-практ. конф. Одеса, 2018. С. 12–15.
7. Шедяков В.Е. Реальность под давлением виртуального: взаиморезонирование материального и идеального. *Нові завдання суспільних наук у XXI столітті* : Матер. Міжнар. наук.-практ. конф. Київ, 2018. С. 44–48.
8. Шедяков В.Е. Возможности и угрозы для творческой реализации человека в сетевом обществе. *Development of Socio-Economic Systems in a Global Network Environment: Proceed. of Intern. Scient. Conf. Le Mans*, 2020. P. 88–90.
9. Кривуля А.М. Диалектика общественных отношений и человеческой деятельности. Х. : Выща шк., 1988. 161 с.
10. Заветный С.А. Личность и общество: проблемы и перспективы управления. К. : ПАРАПАН, 2008. 256 с.
11. Плахотный А.Ф. Свобода и ответственность: Социологический аспект проблемы. Х. : Изд-во ХГУ, 1972. 158 с.
12. Шедяков В.Е. Социально-информационные коммуникации в восприятии свободы и ответственности. *The modern trends in the*

development of business social responsibility : Proceed. of IV Intern. Scient. Conf. Lisbon, 2020. P. 62–66.

13. Шедяков В.Е. Социокультурный капитал как условие активизации производительных сил общества. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2015. № 5. С. 212–215.

14. Шедяков В.Е. Качество социализации / индивидуализации как фактор общественной адаптации к переменам межпарадигмального уровня. *Регіональні студії*. 2020. № 23. С. 71–76. DOI <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2020.23.13>

15. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности / ред. В.А. Ядова. Л. : Наука, 1979. 264 с.

16. Шедяков В.Е. Интеллектоёмкость и нравственность как атрибуты экономики, основанной на знаниях. *National Economic Development and Modernization: experience of Poland and prospects for Ukraine* / ed. by A. Pawlik, K. Shaposhnykov. Kielce : Baltija Publishing, 2017. Vol. 1. P. 283–294.

17. Шедяков В.Е. (Пост)модерн – переход к политической культуре общества знания или контрмодерна? *Politicus*. 2018. Вып. 1. С. 88–94.

18. Шедяков В.Е. Формирование комплексных механизмов обеспечения социальной ответственности – условие выживания и развития человечества. *The Modern Trends in the Development of Business Social Responsibility*: Proceed. of Intern. Scient. Conf. Lisbon, 2017. P. 88–90.

FINANCE, INSURANCE AND STOCK TRADING: MODERNIZATION OF THE STRATEGIC PORTFOLIO

**Яструбецька Л. С., к.е.н.,
доцент кафедри фінансів,
грошового обігу і кредиту**

*Львівський національний університет імені Івана Франка
м. Львів, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-26>

ОЦІНКА БЛАГОНАДІЙНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОТИДІЇ ФІНАНСОВОМУ ШАХРАЙСТВУ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

На сучасному етапі розвитку економіки України, ускладненому пандемією COVID-19, зростає рівень викликів та ризиків в діяльності суб'єктів підприємництва. Це стосується не лише загроз, генерованих зовнішнім середовищем ділових одиниць, але й безпосередньо їх працівниками, що в умовах дистанційного виконання службових обов'язків часто здійснюють фінансові зловживання. Це призводить до матеріальних та моральних втрат, що суттєво знижує рівень фінансової безпеки підприємств.

Проблеми забезпечення фінансової безпеки як на рівні держави, так і на рівні ділових одиниць досліджували вітчизняні та зарубіжні науковці, зокрема О. Ареф'єва, О. Барановський, І. Бланк, О. Власюк, О. Гривківська, А. Єпіфанов, М. Єрмошенко, М. Камлик, О. Колодізев, М. Круппка, О. Підхомний, Б. Пшик та інші. Водночас, чимало

теоретичних та практичних аспектів даної проблематики ще потребують поглиблення і доопрацювання, зокрема гострої актуальності набувають питання розроблення інструментів протидії фінансовому шахрайству на підприємстві.

Щоб убезпечитись від професійних помилок працівників більшість керівників суб'єктів господарювання висувають при прийнятті на роботу виключно формальні вимоги до рівня компетентності кандидатів на відповідні посади. Зокрема, до уваги беруть інтелектуальну складову компетентності, що передбачає наявність певних знань, потрібних для виконання професійного обов'язку, постійне їхнє оновлення та удосконалення. Також враховують функціональну складову компетентності, яка виражається у здатності працівника фінансової служби виконувати свої професійні обов'язки.

Водночас, високий рівень фінансової компетентності персоналу не унеможливорює фінансові зловживання з його сторони. Згідно теорії Дональда Крессі «Трикутник шахрайства» (Donald Cressey's Fraud triangle) (рис. 1) для виникнення злочинів у фінансовій сфері, що вчиняються працівниками, необхідно виконання трьох умов: необхідність (motive), можливість (opportunity) та обґрунтування (rationalization).



Рис. 1. «Трикутник шахрайства» Дональда Крессі (Donald Cressey's Fraud triangle)

Джерело: [2]

Мотивом до вчинення фінансового шахрайства зі сторони персоналу підприємства можуть бути як погіршення власного фінансового становища й термінова потреба в фінансових ресурсах, так і особистісні характеристики працівників. Можливості (opportunity) для вчинення економічних злочинів співробітниками підприємства з'являються при відсутності контролю за кожною із сфер фінансово-господарської діяльності та зростають в період кризових ситуацій, скажімо під час пандемії COVID-19 кількість шахрайств суттєво збільшилась в зв'язку із зміщенням уваги власників та топ-менеджменту із питань управління фінансовою безпекою на втримування своїх позицій на ринку. Обґрунтуванням (rationalization) до вчинення шахрайств зі сторони персоналу є незадовільний рівень їх заробітної плати та інших складових мотиваційного забезпечення. Випадки шахрайства також є більш поширеними в колективах з некомфортною психологічною атмосферою.

Щоб протидіяти шахрайству в підприємницькій діяльності необхідно намагатись ліквідувати вказані в «трикутнику шахрайства» умови (див. рис. 2). Зокрема, одним із способів усунення чинника мотиву до вчинення шахрайства є комплексна оцінка благонадійності працівників при прийнятті на роботу, що спрямована на виявлення осіб, що схильні до недобросовісної та непродуктивної поведінки на робочому місці. Про важливість оцінки благонадійності працівників наголошується як в звітах АСФЕ (асоціація експертів по боротьбі з шахрайством), так і в наукових працях, зокрема опублікованому в 1998 р. Франком Шмідтом і Джоном Хантером дослідженні ефективності 19-ти різних методів,

що використовуються в практиці прогнозування результативності кандидатів при прийнятті на роботу [3].

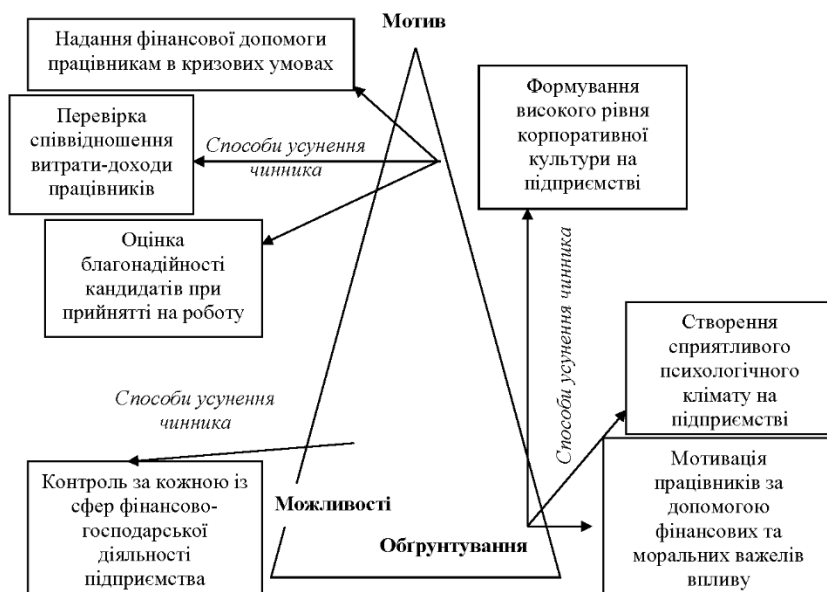


Рис. 2. Напрями протидії виникненню умов для вчинення шахрайства згідно «Трикутника шахрайства» Дональда Крессі

Оцінка благонадійності передбачає аналіз низки психологічних характеристик працівників (див. рис. 3).

Важливість психологічної, а саме – емоційної компетентності персоналу, яку визначають EQ (Emotional Quotient або Emotional Intelligence) – емоційним показником інтелекту доводить також дослідження Д. Гоулмана, згідно якого успіх управлінської роботи на 85 % визначається цим показником, і лише на 15 % – загальновідомим IQ (Intelligence Quotient), запропонованим у 1912 р. німецьким психологом В. Штерном [1, с. 82].



Рис. 3. Складові благонадійності працівників підприємства

Враховання психологічної складової при прийнятті працівників на роботу за допомогою оцінки їх благонадійності дають змогу керівникам підприємств не лише ефективно протидіяти можливому фінансовому шахрайству, але й використовувати психо-емоційне наповнення підлеглих як цінний інформаційний ресурс, за допомогою якого можна більш ефективно здійснювати управління підприємством, застосовуючи вміння, навички та особистісні характеристики працівників в тих напрямках професійної діяльності, у яких можна в найбільш повній мірі розкрити їх здібності.

Література:

1. Підхомний О. М. Фінансова безпека України : інструменти і стратегії формування : [монографія]. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2014. 320 с.
2. Cressey D. R. (1954) The differential association theory and compulsive crimes. *Journal of Criminal Law and Criminology*. Vol. 45. No. 1. P. 29–40.
3. Frank L. Schmidt, John E. Hunter. The Validity and Utility of Selection Methods in Personnel Psychology: Practical and Theoretical Implications of 85 Years of Research Findings. *Psychological Bulletin*. 1998, Vol. 124. No. 2. P. 262–274.

MODERN MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE ECONOMY

Скопень М. М., к.е.н., доцент
Стародуб О. П., викладач-методист
*Київський фаховий коледж
туризму та готельного господарства
м. Київ, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-27>

ОСОБЛИВОСТІ ШИФРУВАННЯ ТА ПРОГРАМУВАННЯ ОБМЕЖЕННЯ ДОСТУПУ У БЕЗДРотовИХ МЕРЕЖАХ

У відомих літературних джерелах достатньо добре розглянуто принципи організації та моделювання мереж [1; 2] конфігурування віртуальних мереж [3] та ін. Однак, аналіз видань свідчить про відсутність розкриття технології шифрування даних на базі протоколу WEP (Wired Equivalent Privacy) та програмування обмеження доступу до вузлів списком ACL (Access Control List) з декількома видами бездротових пристроїв при моделюванні мереж на платформі системи Cisco Packet Tracer. Саме ця технологія і пропонується авторами нижче для розгляду.

Припустимо, що в корпоративній мережі, яка структурована на основі бездротового роутера, точки доступу та центру обслуговування стільникового зв'язку, необхідно організувати шифрування та обмеження доступу.

В даному випадку технологія шифрування та програмування обмеження доступу буде складатися з наступних етапів:

- побудова топології мережі з декількома видами бездротових пристроїв (рис. 1);
- шифрування даних на WiFi роутері WRT300N та його вузлах;
- шифрування даних та програмування обмеження доступу, наприклад, до вузлів 192.168.1.3 і 192.168.1.4 на роутері 0;
- налаштування DNS (Domain name server), WEB – сервера;
- програмування функцій DHCP (Dynamic Host Configuration Protocol) і RIP (Routing Information Protocol) на роутері 1 та шифрування даних на точці доступу Access Point і її вузлів;
- налаштування обслуговування стільникового зв'язку.

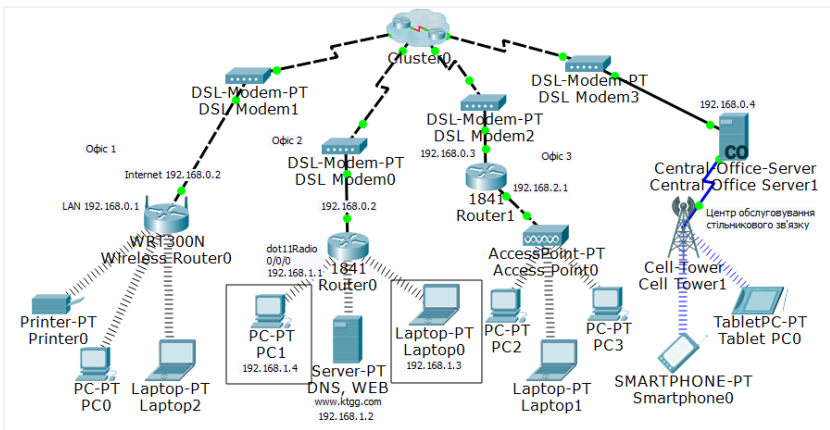


Рис. 1. Топологія мережі з декількома видами бездротових пристроїв

Шифрування даних на WiFi роутері WRT300N та його вузлах. Налаштування та шифрування здійснюється наступним чином. На вкладці Config / Internet встановлюється Default Gateway – 192.168.0.2, а DNS Server – 192.168.1.2. За умовчанням на вкладці Config / LAN буде IP-address 192.168.0.1, Subnet Mask – 255.255.255.0. Для шифрування даних активізується вкладка Config / Wireless0 і встановлюється: SSID – Office1, перемикач WEP та WEP Key – 0123456789. При цьому Encryption Type повинен бути 40/64-Bits (10 Hex digits). Для вузлів WiFi роутера фіксується режим DHCP, а для шифрування даних встановлюється (аналогічно як і на бездротовому роутері) SSID – *Office1*, перемикач WEP та WEP Key – 0123456789.

Шифрування даних та програмування обмеження доступу до вузлів 192.168.1.3 і 192.168.1.4 на роутері 0. Спочатку роутер 0 вимикається і встановлюється модуль HWIC-AP-AG-B, який є точкою доступу, що підтримує однодіапазонні радіостанції 802.11b/g або дводіапазонні 802.11a/b/g. Статично задаються IP-адреси для шлюзів fa 0/0 – 192.168.0.2, та dot11Radio 0/0/0 – 192.168.1.1. Далі з використанням командного рядка CLI (Command Line Interface) програмується:

– робота точки доступу з шифруванням

```
Router>en
```

```
Router#conf t
```

```
Router(config)#dot11 ssid Office2
```

```
Router(config-ssid)#authentication open
```

```
Router(config-ssid)#guest-mode
```

```
Router(config-ssid)#exit
```

```
Router(config-if)#int dot11Radio 0/0/0
```

```
Router(config-if)#encryption mode wep mandatory
```

```
Router(config-if)#encryption key 1 size 40bit 0123456789
```



```

Router(config-if)#ssid Office2
Router(config-if)#do wr
– динамічна маршрутизація
Router(config)#router rip
Router(config-router)#version 2
Router(config-router)#network 192.168.0.0
Router(config-router)#network 192.168.1.0
Router(config-router)#do wr
– та обмеження доступу вузлів 192.168.1.3, 192.168.1.4 до
інших вузлів корпорації окрім DNS, WEB серверу
Router(config)#ip access-list standard Office2
Router(config-std-nacl)#deny host 192.168.1.3
Router(config-std-nacl)#deny host 192.168.1.4
Router(config-std-nacl)#permit any
Router(config-std-nacl)#exit
Router(config)#interface Dot11Radio0/0/0
Router(config-if)#ip access-group Office2 in
Router(config-if)#do wr

```

Налаштування DNS, WEB – сервера. На вкладці Services послідовно активізуються служби DNS та WEB (режим HTTP) та виконується відповідне налаштування (рис. 2).

Програмування функцій DHCP і RIP на роутері 1 та шифрування даних на точці доступу Access Point і її вузлів. Статично задаються IP-адреси для шлюзів fa 0/0 – 192.168.0.3 та fa 0/1 – 192.168.2.1. Далі за допомогою командного рядка CLI програмується динамічна роздача вузлам IP-адрес і запускається протокол RIP для динамічної маршрутизації:

```

Router(config)#ip dhcp pool Nick
Router(dhcp-config)#network 192.168.2.0 255.255.255.0
Router(dhcp-config)#default-router 192.168.2.1
Router(dhcp-config)#dns-server 192.168.1.2

```

```

Router(dhcp-config)#do wr
Router(dhcp-config)#exit
Router(config)#router rip
Router(config-router)#version 2
Router(config-router)#network 192.168.0.0
Router(config-router)#network 192.168.2.0
Router(config-router)#do wr

```

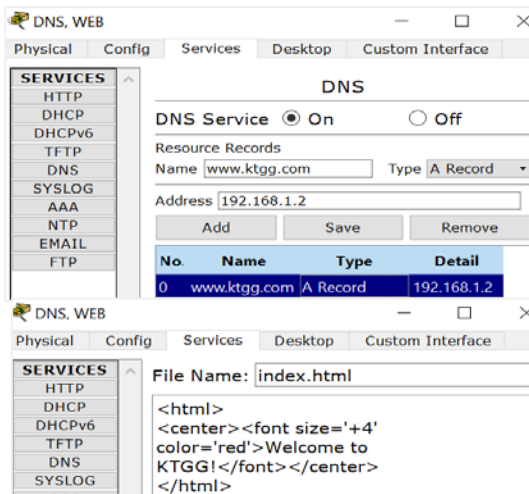


Рис. 2. Налаштування DNS, WEB- сервера

Для шифрування даних на бездротовій точці доступу Access Point відкриваються Config/ Port1, вводяться ідентифікатор (SSID) – *Office3* та код захисту (WEP Key): *0123456789*. На вузлах точки доступу вмикається режим DHCP і також встановлюються: SSID – *Office3* та WEP Key – *0123456789*.

Налаштування стільникового зв'язку. Тут, перш за все, конфігурується сервер на вкладці *Backbone Setting*, а саме встановлюються: Default Gateway – 192.168.0.2, IP-address – 192.168.0.4, Subnet Mask – 255.255.255.0, DNS Server –

192.168.1.2. При цьому на вкладці *Cell Tower* за умовчанням самостійно фіксується IP-адреса 172.16.1.1, яка для вузлів стільникового зв'язку служитиме за Default Gateway.

Після безпомилкового виконання налаштування топології мережі буде забезпечена успішна перевірка її працездатності.

Отже, запропонована технологію шифрування даних та програмування обмеження доступу до вузлів дозволяє вирішити питання підвищення якості вивчення побудови бездротових мереж. Представлену технологію можна рекомендувати для використання в навчальному процесі, а також моделювання мереж на стадії проектування.

Література:

1. Воробієнко П.П., Нікітюк Л.А., Резніченко П.І. Телекомунікаційні та інформаційні мережі : підручник для ВНЗ. Київ : САММІТ-Книга, 2010. 708 с.
2. Кулаков В.Г., Леохин Ю.Л. Моделирование компьютерных сетей в симуляторе Cisco Packet Tracer 6 : учебное пособие. Москва : Издательство МТИ, 2016. 175 с.
3. Скопень М.М., Будя О.П. Особливості моделювання та конфігурування віртуальних мереж з доступом до Інтернет засобами системи Cisco Packet Tracer / Механізми державного регулювання конкурентоспроможності національної економіки та міграційних процесів: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (13 березня 2021 року). Одеса : ОНУ імені І. І. Мечникова, 2021. С. 89–93.

KNOWLEDGE MANAGEMENT IN THE DIGITAL ECONOMY

Максютенко І. Є., к.е.н., викладач
Київський професійний коледж «Синергія»
м. Київ, Україна

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-28>

ВИМОГИ ДО ФАХІВЦЯ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

На сучасному етапі розвитку економіки суспільство переходить в еру сьомого технологічного укладу, основною відмінністю якого від попередніх: промислової революції, еволюції розвитку транспорту, розвитку електричної енергії, розвитку альтернативних джерел енергетики, мікроелектронної промисловості та нанотехнологій – є впровадження в процес виробництва людської свідомості. Саме в цьому сьомому технологічному укладі людська свідомість буде основною продуктивною силою, яка орієнтована на подальший розвиток суспільства. Технології такого типу носять назву когнітивних (від англ. Conscious – свідомість).

На сучасному етапі процес виробництва кінцевого продукту не потребує прямої участі людської свідомості, тобто зараз людина використовує м'язове зусилля для запуску роботи механізмів або при використанні засобів праці. Сьомий технологічний уклад передбачає більш активне використання правої півкулі головного мозку, йому властива плідна робота думки, яка і спричиняє за собою в

подальшому створення кінцевого продукту без залучення будь-яких засобів праці, ресурсів і часу. Такий результат досягається завдяки творчому креативному підходу до вирішення логічних аналітичних завдань.

Діюча на сучасному етапі в Україні програма «Цифрових трансформацій», формує нові виклики до підготовки фахівців майбутнього [5]. Тут необхідно зазначити, що перший та другий етапи програми вже успішно реалізовані, а от третій етап передбачає реалізацію ідей цифрової економіки. Саме цифрова економіка сприятиме тому, що зникнуть і виникнуть нові змісти професій і робіт.

Отже, очікувати зникнення можна: 1) в професіях, навички для яких формуються на первинному етапі навчання та в подальшому не вдосконалюються; 2) рутинної праці; 3) роботи або операцій, що не передбачають прийняття рішення працівником, а отже відсутність у нього відповідальності; 4) в чіткому розподілу між особистим та робочим часом.

Новими професіями, що виникатимуть можуть бути: 1) такі, назви яких, ще не існує; 2) роботи з налаштування й навчання складних систем; 3) горизонтальні команди однопідприємців, що працюють над спільними проектами; 4) робочі місця у віртуальній реальності; 5) необхідність об'єднання професійної та творчої діяльності для виконання робіт й отримання результату.

Як видно з наведених характеристик нових робіт, для їх виконання забезпечення працівників робочими місцями не обов'язково, такі роботи можуть виконуватися дистанційно. Отже, виникатиме й новий характер взаємовідносин між роботодавцем та працівником – так званий цифровий ринок. Тут цифрова зайнятість може здійснюватися у наступних формах фріланс (здійснення трудової діяльності віддалено,

як правило, із застосуванням інформаційно-телекомунікаційних технологій) та аутсорсинг – виконання необхідних задач за умов залучення зовнішніх ресурсів [4].

Зрозуміло, що у кожній з наведених форм є свої переваги й недоліки як для роботодавця, так і для працівника. Крім того, що суттєво з економічної точки зору, різним чином відбувається оплата праці та оцінка відповідності якості виконаних робіт.

Крім того, буде спостерігатися не лише виникнення нових професій, але й формування нових сфер діяльності. До таких сфер можна віднести [3]:

1. Креативна економка, де основним фактором виробництва буде виступати людська уява і здатність створювати нове.

2. Кібереконіміка, що буде заснована на створенні цінностей всередині цифрового світу.

3. Людино-орієнтовані сервіси, передумови виникнення яких пов'язані з переходом значної частини спілкування у віртуальне середовище, саме тут посилюється потреба в людському контакті, у взаємодії з людиною. Цінність даних сервісів обумовлена ще й тим, що сфера послуг активно збільшується й складає вже на сьогодні більше 75% ВВП країн світу. По-друге, дані сервіси дають можливості для створення комунікацій для налагодження подальших ділових зв'язків.

4. Новий технологічний сектор пов'язаний з використанням штучного інтелекту в медицині, робототехніці, нейротехнологіях, біотехнологіях.

5. Екологічна сфера, що набуває актуальності в умовах погіршення стану навколишнього середовища та постійних загроз виникнення пандемії.

На основі сучасних вимог роботодавців можна виділити набір компетенцій та «базових навичок», які будуть потрібні у будь-якій сфері діяльності людини.

1. Концентрація та управління увагою, що сприятиме зменшенню інформаційного навантаження та дозволить керувати складною технікою.

2. Емоційна грамотність – допомагає вберегти особистість та сприяє її взаємодії з іншими за допомогою емоцій, емпатії та співчуття.

3. Цифрова грамотність допомагає працювати у цифровому середовищі, наприклад, AR, VR, вона буде настільки ж затребувана, як уміння писати та читати.

4. Творчість, креативність допомагає мислити нестандартно, створювати нове за умов автоматизації рутинної роботи.

5. Екологічний мислення допомагає зрозуміти зв'язність світу, сприймати свою діяльність у контексті всієї екосистеми, підтримувати еволюційні процеси.

6. Кроскультурність допомагає подолати розрив поколінь, зрозуміти інші культури та субкультури, порозумітися з ними.

7. Здатність до навчання/самонавчання допомагає вчитися протягом усього життя і самостійно освоювати навички в світі, що швидко змінюється.

Майбутні вимоги до фахівців вимагають перейти від утилітарної індустріальної освіти до інтегральної освітньої парадигми. Традиційна парадигма жорстко виділяла освіту з інших сфер життя і охоплювала лише учнів, щоб підготувати їх до майбутнього життя. Нова парадигма безперервна – вона передбачає навчання всім людям протягом усього життя. Така система освіти орієнтується не тільки на передачу знань

та розвиток навичок, а й на підтримку становлення людини як повноцінного автора у всіх сферах свого життя [1].

1. Контекстні/вузькоспеціалізовані – навички, що розвиваються та застосовуються в конкретному контексті.

2. Кросконтекстуальні – навички, які люди застосовують у ширших сферах суспільної чи особистої діяльності: читання, тайм-менеджмент, навички роботи в команді.

3. Метанавички – режими управління об'єктами в свідомості або фізичному світі, близькі до теорії Говарда Гарднера про «множинний інтелект» [2]. Відповідно до теорії, людина має кілька незалежних здібностей інтелекту. Здібності розкриваються у вирішенні особливих завдань різних сфер та дисциплін.

4. «Екзистенційні» – навички, які універсально застосовуються протягом усього життя у різних життєвих контекстах особистості. Наприклад, сила волі – здатність ставити цілі їх досягати, усвідомленість – самосвідомість та здатність до саморефлексії, саморозвиток – здатність вчитися, розучуватися та переучуватися.

При цьому набуті навички можуть формуватися в залежності від їх складності від місяця до всього життя, але й мають здатність залишатися активними такий же відповідний час.

У даному випадку основними вимогами до навчального процесу стануть: 1) наявність емоційного інтелекту або здатність до його формування в ході навчання; 2) інформаційна гігієна; 3) вміння керувати увагою; 4) визначення власної стратегії навчання; 5) екологічне мислення; 6) креативність; 7) здатність до вирішення нестандартних задач.

Література:

1. Браун П., Редігер Г., Макденіел М. Засіло в голові. Наука успішного навчання. Київ : Наш формат, 2019. С. 172.
2. Гарднер Г. «Множинний інтелект»: як зрозуміти свою дитину. Дев'ять видів інтелекту за Гарднером, їх особливості та професійні перспективи. *Розвиток дитини*. 2021
3. Міністерство цифрової трансформації України. Державне підприємство «ДІЯ». URL: <https://ca.informjust.ua> ; Портал «Цифрова держава Дія». URL: <https://plan2.diia.gov.ua>
4. Мінцифра запускає соціальну рекламу про проєкт Дія. Цифрова освіта. – Міністерство цифрової трансформації України, 17 лютого 2020 р. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/mintsifra-zapuskae-sotsialnu-reklamu-pro-proekt-diya-tsifrova-osvita>
5. Розвиток української ІТ-індустрії. Аналітичний звіт. – Асоціація «ІТ Ukraine», жовтень 2018 р. URL: https://ko.com.ua/files/u125/Ukrainian_IT_Industry_Report_UKR.pdf

INNOVATION IN BUSINESS EDUCATION

Кравченко М. В., д.е.н., професор

Козирь Є. А., асистент

*Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара
м. Дніпро, Україна*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-194-7-29>

СТАН ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТА РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ І НАУКИ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Станом на січень 2022 року у Дніпропетровській області мережа закладів вищої освіти представлена 20 закладами вищої освіти, із яких 15 університетів, 4 академії та 1 інститут, із них: 16 державних, 2 приватних, 2 комунальних форми власності [3].

Станом на 01.01.2022 р. закладах вищої освіти області навчається близько 68 тис. студентів. Навчальний процес в закладах вищої освіти здійснюють 5 746 науково-педагогічних працівників та 923 педагогічних працівників, з них: 991 докторів наук; 766 професорів; 3 418 кандидатів наук; 2 507 доцентів.

З метою створення сприятливих соціальних, економічних, законодавчих, фінансових та організаційних передумов для життєвого самовизначення й самореалізації молоді в області проводиться ряд обласних заходів [1, с. 13–17].

Капіталовкладення в науку – це інвестиція в нові технології, і відповідно в майбутнє економічного благополуччя регіону.

Сукупність знань, технологій та дослідницьких інструментів дозволяє знаходити вирішення проблем у будь-якій галузі функціонування людського суспільства. Підтримка молодих учених є одним з пріоритетних завдань обласної влади, що сприяє підтримці статусу області. Пріоритетними напрямками для наукових проєктів є дослідження у сфері технічних наук, економіки, інновацій, фізики, математики, інформатики, біології, медицини, хімії, екології. Щорічний обласний конкурс проєктів «Молоді вчені – Дніпропетровщині» на отримання матеріального заохочення – сприяє залученню та професійному зростанню молодих науковців. У 2019 році на розгляд було подано 61 проєкт; у 2020 році – 53 проєкти, у 2021 році – 69 проєктів. Конкурсною комісією конкурсу визначено 25 переможців, які нагороджені матеріальними заохоченнями у розмірі 30 – 45 тис. грн. [2, с. 91–95].

З метою виявлення талановитих молодих вчених, сприяння професійному зростанню, стимулювання обміну ідеями між Радами молодих вчених закладів вищої освіти, наукових та науково-дослідних установ, співробітництва рад молодих вчених, а також стимулювання перспективних досліджень, спрямованих на вирішення проблем Дніпропетровської області, відповідно до регіональної цільової соціальної програми «Молодь Дніпропетровщини» на 2012–2021 роки, затвердженої рішенням обласної ради від 03.02.2012 № 239-11/VI (зі змінами), щороку проводяться обласні конкурси «Краща рада молодих вчених» та «Кращий молодий вчений», щорічний обласний конкурс проєктів «Молоді вчені – Дніпропетровщині» на отримання матеріального заохочення» [4].

На рисунках 1,2, та 3 показано аналіз участі молодих вчених Дніпропетровської області в обласних конкурсах для молодих вчених «Кращий молодий вчений» та «Краща рада молодих вчених».

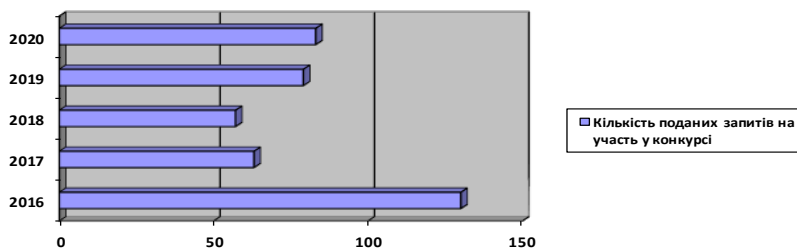


Рис. 1. Обласний конкурс «Кращий молодий вчений» (далі – КМВ)

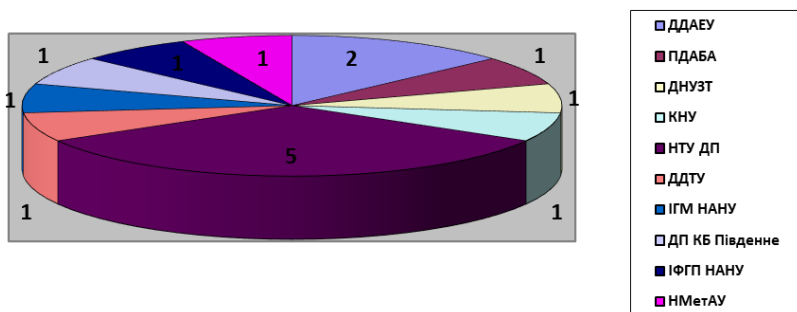


Рис 2. Розподіл кількості поданих запитів за науковими напрямками за період 2016–2020 рр.

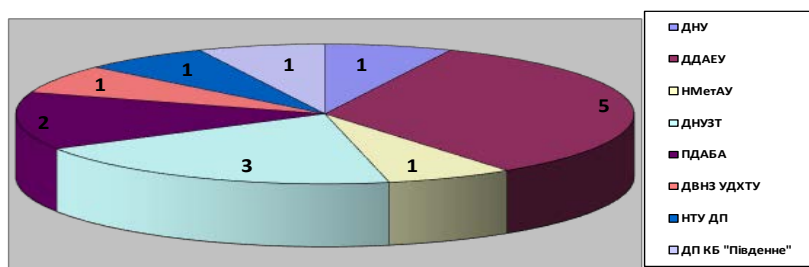


Рис. 3. Кількість перемог ЗВО/НДУ в обласному конкурсі КРМВ, 2016–2020 рр.

До участі залучаються молоді вчені з закладів вищої освіти та науково-дослідних установ області віком до 35 років. В 2019 році в конкурсі «Кращий молодий вчений» взяло участь 79 учасників, в 2020 році – 83 учасники, в 2021 році – 64 учасники. У конкурсі «Краща рада молодих вчених» у 2019 році взяло участь: 13 організацій, з них 10 закладів вищої освіти та 3 науково-дослідні установи; у 2020 році – 13 організацій, з них 9 закладів вищої освіти та 4 науково-дослідні установи; у 2021 році – 16 організацій, з них 10 закладів вищої освіти та 6 науково-дослідні установи. За результатами конкурсу визначено 12 переможців – молодих вчених (по 4 напрямих: технічному, медичному, економічному та гуманітарному), які кожного року нагороджуються відзнаками та цінними подарунками та 3 переможці – ради молодих вчених, які так само нагороджуються відзнаками та цінними подарунками [4].

Останнім часом дуже активно проводиться робота із створення сучасних просторів для навчання і роботи, проведення зустрічей, конференцій і тренінгів у більшості закладах вищої освіти. Так, лише в 2019 році було відкрито 3 хаби: у Національному технічному університеті «Дніпровська політехніка» – простір «Colibri», в грудні 2019 року на базі Криворізького економічного інституту Державного вищого навчального закладу «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» (нині – Державний університет економіки і технологій) – IT hub koworking, на базі Державного вищого навчального закладу «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури» – «Енерго-інноваційний хаб – платформа для підготовки кваліфікованих фахівців у сфері енергоефективності». В деяких університетах діє декілька хабів. Наприклад, у Національному технічному університеті

«Дніпровська політехніка» на сьогодні діє 4 простори: простір «Colibri», простір «Clever Space», простір аспірантів і молодих вчених, студентський простір.

В області функціонує 2 інкубатори створені при закладах вищої освіти: бізнес-інкубатор Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» та студентський інкубатор Дніпровського державного аграрно-економічного університету.

З вищенаведеного можемо зробити висновок, що система вищої освіти і науки у Дніпропетровській області розвивається на високому рівні, має належну підтримку з боку Дніпропетровської обласної державної адміністрації та координується департаментом освіти і науки облдержадміністрації.

Література:

1. Андрущенко В. П., Бондар В. І. Модернізація моделі педагогічної освіти відповідно до викликів XXI століття. Педагогічний дискурс : зб. наук. пр. Хмельницький : ХГПА, 2010. Вип. 7. С. 13–17. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/peddysk_2010_7_4

2. Антонова О. В., Хожило І. І. Розвиток кадрового потенціалу у державному секторі економіки та соціогуманітарній сфері як основа підвищення стандартів життя громадян України. Вісник Академії митної служби України. 2010. № 1. С. 91–95.

3. Національна стратегія сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні на 2021–2026 роки : Указ Президента України від 27.09.2021 № 487/2021 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/487/2021#Text>

4. Регіональна цільово-соціальна програма «Молодь Дніпропетровщини» на 2012-2021 роки, затверджена рішенням обласної ради від 03.02.2012 № 239-11/VI (зі змінами).

Izdevniecība “Baltija Publishing”
Valdeķu iela 62 – 156, Rīga, LV-1058

Iespiests tipogrāfijā SIA “Izdevniecība “Baltija Publishing”
Parakstīts iespiešanai: 2022. gada 11 februāris
Tirāža 100 eks.