

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
за участі:

АГХ Гірничо-металургійна Академія в Кракові, Польща
Казахський агротехнічний університет імені Сакена Сейфулліна, Казахстан
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», Україна
SCIRE Foundation, Польща

Міжнародне філософсько-космологічне суспільство, Україна
Громадська організація «Науково-дослідний та консультатційно-практичний
центр бізнесу, маркетингу та права», Україна



МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

«СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ, СУСПІЛЬСТВА ТА
ПІДПРИЄМНИЦТВА»

«SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY,
SOCIETY AND ENTREPRENEURSHIP»

(SDESE2023)

27-28 квітня 2023 року

Івано-Франківськ, 2023

УДК 502.131.1(06)+330.3(06)

С 76

С 76 Сталый розвиток економіки, суспільства та підприємництва [Електронний ресурс]: матеріали Міжнар.наук.-практ. конф., Івано-Франківськ, 27-28 квітня 2023 р./ За ред. І. Перезової. – Львів: Видавець Кошовий Б.-П.О., 2023. – 810 с.
– Електронні текстові дані. – Режим доступу :
<https://cutt.ly/HwwGUIGa>
ISBN 978-617-95283-3-0

До збірника увійшли наукові матеріали, тези доповідей, подані учасниками до Організаційного комітету конференції, у яких в багатоаспектному вимірі розглядаються проблеми та перспективи сталого розвитку економіки, суспільства та підприємництва за різними рівнями теоретичного узагальнення, сферами практичної реалізації тощо.

Матеріали будуть актуальними для здобувачів вищої освіти різних рівнів, вчених, науковців і викладачів у галузях управління та адміністрування, освіти, гуманітарних, соціально-поведінкових, природничих та аграрних наук, сфери обслуговування, транспорту, інженерії та інш.

Тексти публікуються в авторській редакції мовою оригіналу.

За науковий зміст, якість поданих матеріалів та використані джерела відповідають автори (для здобувачів всіх освітніх рівнів їх наукові керівники).

УДК 502.131.1(06)+330.3(06)

ISBN 978-617-95283-3-0

© Івано-Франківський національний технічний
університет нафти і газу, 2023

© Перезова І.В., 2023

© Автори матеріалів, 2023

© Видавець Кошовий Б.-П.О., 2023

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Голова комітету: Чудик Ігор, д-р техн. наук, проректор з науково-педагогічної роботи Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Співголови комітету:

Півняк Геннадій, ректор, акад. НАН України, д. тех. н., професор, Національний ТУ «Дніпровська політехніка», Україна

Базалук Олег, др., проф., Гуандунський університет нафтохімічних технологій, Китай

Сигідус Каміл, PhD, Голова правління Фонду SCIRE, Варшава, Польща

Кучер Анатолій, др., проф., с.н.с., Національний університет «Львівська політехніка», Україна

Перевозова Ірина, д.е.н., проф., завідувач кафедри підприємництва та маркетингу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу, Україна, голова ради ГО «Науково-дослідний та консультативно-практичний центр бізнесу, маркетингу та права»

Ніценко Віталій, д.е.н., проф., Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Члени комітету:

Азіз Нурулнадван, др., проф., Технологічний університет МАРА, Малайзія

Акансу Селахаддін Орхан, др., проф., Університет Ерчієс, Кайсері, Туреччина

Балежентис Томас, др., проф. Вільнюський університет, Литва

Бережницька Уляна, к.е.н., доцент, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Блюмель Андерс, голова департаменту фінансів та матеріального забезпечення центрального управління міста Пйоснек, Німеччина

Мохд Хелми Абд Вахаб, PhD Університет Тун Хуссейн Малайзія, Малайзія

Гораль Ліліана, д.е.н., проф., Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Гулуа Катеріне, PhD, Тбіліський державний університет імені Іване Джавахішвілі, Грузія

Діван Маріо Жосе, Др., Проф. Національний університет Ла-Пампа, Аргентина

Запухляк Іванна, д.е.н., проф., Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Заєд Нурул Мухамед, Університет бізнесу і технологій, Бангладеш

Ісмаїлова Хаджар Гафар кизи, к.е.н. Азербайджанський державний університет нафти та промисловості, Азербайджан

Йоценко Василь, к.т.н, проф., Інститут радіоактивності навколишнього середовища Університет Фукусіма, Японія

Кафка Софія, д.е.н., проф., Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Ковальчук Світлана, д.е.н., проф., Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, Україна

Лирик Ірина, к.е.н., доцент, Президент ГО «Українська асоціація Маркетингу»
Мардані Аббас, др., с.н.с. Університет Південної Флориди, США
Майнка Марсель, к.е.н. керуючий партнер Geothermics Mainka Erdwärme & Brunnenbau GmbH, Німеччина

Михайлишин Лілія, д.е.н., проф., Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

Мохамадіан Масуд, др., проф. Університет Канберри, Австралія

Мухамед Іссе Суді, магістр бізнес-адміністрування, Університет Куал Лумпуру, Малазія

Павлов Костянтин, д.е.н., професор, Волинський національний університет імені Лесі Українки; член правління ГО «Інститут економічних та еколого-енергетичних досліджень»;

Павлова Олена, д.е.н., проф., Волинський національний університет імені Лесі Українки; член правління ГО «Інститут економічних та еколого-енергетичних досліджень», Україна

Півняк Геннадій, акад. НАН України, д. тех. н., професор, Національний ТУ «Дніпровська політехніка», Україна

Полянська Алла, д.е.н., проф., Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Репіна Інна, д.е.н., проф., Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Україна

Рустамов Ільхам Саміль огли, к.е.н. доцент, Азербайджанський державний університет нафти та промисловості, Азербайджан

Сабірова Мадіна, к.е.н., Казахський агротехнічний університет імені Сакена Сейфулліна, Казахстан

Сімків Лілія, д.е.н., проф., Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Сала Даріуш, др, АГХ Гірничо-металургійна Академія в Кракові, Польща

Сасалак Тонгкау, Др., Доц. Університет Сонгхла Раджабхат, Таїланд

Фадєєва Ірина, проф., Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Федорченко Андрій, д.е.н., проф., Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Україна

Филюк Галина, д.е.н., проф., Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

Хаоуас Ілхам, др., доц., Університет Абу-Дабі, Об'єднані Арабські Емірати

Цабелкова Інна, др., доц., Чеський університет наук про життя, Чехія

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу
заборонено

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ ЦИФРОВІЗАЦІЯ – СУЧАСНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ	
Уляна САВКІВ ¹ , Галина СИДОР ² -Андрій ТИМКІВ ²	29
SMART VS TRADITIONAL BUILDING IN CONDITIONS OF GLOBAL CRYSIS	
Alla POLYANSKA ¹ Dariush SICHON ² Oleg MYKYTUK ¹	31
ЗАСТОСУВАННЯ СПЛАЙНУ БАГОТОВИМІРНОЇ АДАПТИВНОЇ РЕГРЕСІЇ ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ ЕКОНОМІКО-ЦИФРОВИХ ІНДИКАТОРІВ НА РІВЕНЬ ЦИФРОВОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ	
Віталія КОЙБИЧУК, Діана ХАРЧЕНКО	33
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ В УМОВАХ ДИДЖІТАЛІЗАЦІЇ	
Олена БОРИСЮК.....	35
РОЗВИТОК ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	
Софія ТЕСЛЮК, Владислава ЛОЗОВИК	37
THE EUROPEAN GREEN DEAL IN THE TRANSITION TO A CIRCULAR ECONOMY AND SUSTAINABLE MOBILITY	
Felix Tetteh AGOE, Larysa LYTVYNENKO	40
ГРОШОВО-КРЕДИТНА ПОЛІТИКА ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКУ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	
Вікторія БЛЮШАПКА	43
ЕЛЕКТРОННІ ГРОШІ В УКРАЇНІ: ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ	
Руслана БАРАБАЛЮК, Олександр ГАРБУЗ	46
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ	
Олена КІРДІНА, Олена СТЕШЕНКО	48
ЗАОЩАДЖЕННЯ ДОМОГОСПОДАРСТВ: МОТИВИ ТА ФОРМИ	
Юлія ГАРКУША	50
БЮДЖЕТНА ПОЛІТИКА ЯК ЗАПОРУКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	
Світлана ДЖЕРЕЛЕЙКО	52
ФУНКЦІОНУВАННЯ ФОНДОВОГО РИНКУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	
Людмила ДОЛОКА, Катерина ЖУРАВЕЛЬ	54
ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК БАЗОВИХ ГАЛУЗЕЙ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ДЕРЖАВНО-УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТ	
Валентина ДЯТЛОВА ¹ , Діна ЄРОХІНА ² , Валерія ПИСАРЕНКО ¹	57

СТАЛІСТЬ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	
Євген ЗАСТЬОЛА, Ігор СОСНОВ	60
МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО МОДЕЛЮВАННЯ НЕРІВНОСТІ ДОХОДІВ У КРАЇНАХ ЄВРОСОЮЗУ	
Анжела КУЗНЄЦОВА, Антон ПУТИЦЬКИЙ.....	62
ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАПОРУКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	
Олег КОРКУШКО.....	66
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Віталій БЕРЕЗЮК, Володимир ПИЛИПЧУК	69
ЕКСПОРТ ХАЙТЕКУ – ІНДИКАТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ	
Олександр БЄЛОВ	71
МОДЕЛЬ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В РЕГІОНАЛЬНО-ПРОСТОРОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ	
Ірина КУЛАГА, Олена ТКАЧЕНКО	74
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАКРОЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	
Олександр ЛУК'ЯНЕНКО, Ольга ШУЛЬГА	77
РОЛЬ ЕКОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ У СТАЛОМУ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	
Світлана КРАСНОЖОН, Катерина МАРТИНОВА, Марія РЕДЬКА	79
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ	
Ян ЗАМЛИНСЬКИЙ.....	80
ВПЛИВ КРИПТОВАЛЮТИ НА БАНКІВСЬКУ СИСТЕМУ УКРАЇНИ	
Софія ТЕСЛЮК, Богдан МИХАЙЛОВ	86
FACTORS OF INFLUENCE ON ECONOMY STRUCTURE OF THE IVANO-FRANKIV REGION	
Oksana SAVKO, Ivanna MELNYCHUK.....	88
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ	
Олена БОРИСЮК, Богдан МИХАЙЛОВ	91
ЕКОНОМІЧНІ ІНТЕРЕСИ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ	
Марина ДУБІНІНА, Ярослав ТИВОНЧУК	93
DIAGNOSIS OF CRISIS PHENOMENA IN THE SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEM	
Iryna MOSPAN, Iryna SHULGA	95
КАПІТАЛ БАНКІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	
Андрій НІКІТІН.....	97

ФОНДОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ	
Людмила ЖУРАХОВСЬКА, Дар'я ПАРХОМЕНКО	100
ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ДЕРЖАВИ	
Ольга ПЕТРЕНКО, Владислав ПОЛЩУК	103
ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ	
Геннадій ГАПОНЕНКО ¹ , Наталія ГАПОНЕНКО ²	106
ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА, ЇЇ ЕФЕКТИВНІСТЬ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	
Руслана БАРАБАЛЮК, Марія ПИРЧ	107
МАЛИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	
Ольга ПЛЯШКО, Сергій ХОМИЧ.....	109
CENTRAL BANKS CHALLENGES FOR DIGITAL CURRENCIES IMPLEMENTATION	
Olena PRYMOSTKA, Andrii PRYMOSTKA.....	112
МІЖНАРОДНІ МЕХАНІЗМИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК	
Леся КОРОЛЬЧУК.....	113
ЗАГРОЗИ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	
Тетяна САК.....	115
ІНВЕСТИЦІЙНІ ІНТЕРЕСИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ У ДЕРЖАВНО – ПРИВАТНОМУ ПАРТНЕРСТВІ	
Алла СУР'ЯК.....	117
КІБЕРНЕТИЧНІ ІНСТРУМЕНТИ В ЕКОНОМІЦІ: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА	
Ярослав СУШАРНИК, Катерина ЯКУБОВСЬКА	119
АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	
Тетяна ТЕРЕЩЕНКО, Ніна МОНЯ.....	121
ЕФЕКТИВНЕ ЛІДЕРСТВО В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	
Наталія ТЮХТЕНКО	124
ПРО ДЕЯКІ ПІДХОДИ ДО ПОДОЛАННЯ РУЙНІВНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ВОЄННИХ ДІЙ РФ У НАЦІОНАЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ В СВІТЛІ ТЕОРІЙ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	
Людмила УЛЬЯНОВА, Юлія ЧАЙКА	128
DEVELOPMENT OF THE CONSTRUCTION INDUSTRY ON THE BASIS OF SUSTAINABLE INNOVATIVE DEVELOPMENT	
Marcel MAINKA ¹ , Oleksandr POZDNIakov ²	130

ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ФАКТОРИ ВПЛИВУ	
Олена ВІННИЧЕНКО	132
СПРИЙНЯТЛИВІСТЬ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ	
Світлана БРЕУС ¹ , Микола ДЕНИСЕНКО ²	134
КОНЦЕПТУАЛЬНЕ БАЧЕННЯ РОЛІ ПІДПРИЄМНИЦТВА У СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ БІОЕКОНОМІЧНОЮ ТРАНСФОРМАЦІЄЮ	
Вікторія ВОСТРЯКОВА	137
РОЛЬ КРИПТОВАЛЮТИ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ВІЙНИ	
Тетяна САВЧУК, Олександр НАЙДА	139
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ	
Олександр ГАЛИЦЬКИЙ, Тетяна АБГАШ	141
ПРОМИСЛОВА ПОЛІТИКА В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ	
Олександр НОСИРЄВ	144
TO THE SUBSTANTIATION OF MANAGEMENT DECISIONS IN INNOVATIVE STRATEGY: MACRO AND MICRO LEVEL	
Serhii POVINUN, Ivanna MELNYCHUK	148
АСПЕКТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В ЧАС ВІЙНИ	
Ірина ФЕДОРОВИЧ, Наталія МИКИТЮК	150
ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	
Вікторія ШИШЛЮК, Олександр ДЕЛІЄРГІЄВ	153
УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ БАЗИС	
Зоряна РАВЛІНКО	155
СИСТЕМА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА: МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПОБУДОВИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ РИНКУ ПРАЦІ	
Наталія АНДРІЇВ	158
ESG-РИЗИКИ У ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ	
Ігор ІВАСІВ	160
ІНТЕГРОВАННИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИМИ ПРОЕКТАМИ	
Світлана БОРТНІК	163
ЗБАЛАНСОВАНИЙ ДЕРЖБЮДЖЕТ, ЯК ЗАПОРУКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	
Оксана КОГУТ-ФЕРЕНС, Андріана КОЛОТИЛО	166

ГЛОБАЛЬНІ ЦИКЛИ ТА СТАЛИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК: ВИКЛИКИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	
Сергій ВАСИЛЬЧЕНКО, Лілія МИХАЙЛИШИН, Оксана ГРУШКО	169
МІЖНАРОДНІ АВТОМОБІЛЬНІ ВАНТАЖОПЕРЕВЕЗЕННЯ ЯК ФОРМА ПІДТРИМКИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	
Лілія МИХАЙЛИШИН, Арсен ШКВАРИЛЮК, Назар СТЕФАНИШИН.....	172
БЕЗПЕКА ЕКОНОМІЧНИХ АГЕНТІВ УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ: НОВІ ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ	
Оксана ВІВЧАР ¹ , Артур ШАТАРСЬКИЙ ¹ , Іван ДОЛИННИЙ ²	176
СТРАХОВА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	
Наталія ТАТАРИН, Ольга КУРАХ.....	179
СЕКЦІЯ 2. СТАЛИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ЕФЕКТИВНІ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНІ ЗМІНИ НА ПІДПРИЄМСТВІ: АКТУАЛЬНІ ЗДОБУТКИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ ТА ПОВЕДІНКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	
Вікторія КОМПАНИЄЦЬ ¹ , Олена ДИКАНЬ ² , Олександр БЕЛА ²	181
УПРАВЛІННЯ СТІЙКІСТЮ: ПЕРСОНАЛ І БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ	
А. ЛІНКЕВИЧ, Віктор ЗАМЛИНСЬКИЙ	184
СТАЛИЙ РОЗВИТОК БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЇ: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ, КРИТЕРІЇ, ПРИНЦИПИ ТА ПРОБЛЕМИ	
Наталія РЯБЕЦЬ	187
ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Аліна БРИЧКО	190
СТРАТЕГІЧНИЙ УПРАВЛІНСЬКИЙ КОНТРОЛЬ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ	
Денис ІЛЬІН, Віктор ЗАМЛИНСЬКИЙ	191
УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ: ЕФЕКТИВНІ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ БІЗНЕСУ	
Катерина ЛИСЕНКО-ГЕЛЕМБ'ЮК, Вадим ТКАЧУК, Назар ЧЕПІЛЬ	195
УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДОСЯГНЕННЯ ВИСОКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РЕЗУЛЬТАТУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
Олена ВАРАКСІНА, Анастасія ОЛИВЕНКО, Алла ЧЕРЕВКО	198
КОМУНІКАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У ЗБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	
Ірина ГАЛЮК, Тарас ГАЛЮК, Ольга ГАЛЮК.....	201

САМОМОТИВАЦІЯ ЯК ОДИН ІЗ ПОКАЗНИКІВ УСПІШНОСТІ МЕНЕДЖЕРА ОРГАНІЗАЦІЇ	
Ольга ГНИЛЯНСЬКА, Ніна МАКУСІЙ	203
ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА АТ АЛЬТБАНК	
Олена БОНДАРЕНКО ¹ , Катерина ГРИНЕНКО ²	206
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО МЕНЕДЖМЕНТУ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ	
Олена ДЕКАЛЮК	208
ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Олена ДЕНИСЮК	212
APPLICATION OF ADDITIVE PRODUCTION PROCESSES AS A TOOL FOR ACHIEVING SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES	
Alla POLYANSKA ¹ , Dariush SALA ² , Vladyslaw PSIUK ³	215
СТАЛІЙ РОЗВИТОК ЯК ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ	
Софія ДУБ	217
ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ БАНКАМИ: СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ І ПРОБЛЕМИ В УКРАЇНІ	
Юлія ДЯТЛОВА	218
ЛОГІСТИЧНІ КОМПОНЕНТИ В СИСТЕМІ НОВОЇ ПАРАДИГМИ БІЗНЕСУ	
Андрій УСТЕНКО, Максим ГОЛОБІН, Дмитро МЕЛЬНИК	220
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ	
Андрій УСТЕНКО, Володимир ГУЦУЛ, Володимир ПАНЬКОВИЧ	222
IMPLEMENTATION OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE DEVELOPMENT OF PUBLIC ADMINISTRATION	
Svitlana POKHYLKO, Anna YEREMENKO	224
ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД	
Вікторія ЄФРЕМЕНКО, Олександра ПЕТРИЧ	226
ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ БІЗНЕС МЕНЕДЖМЕНТУ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ: ДОСВІД НІМЕЧЧИНИ	
Лариса КАЛАЧЕВСЬКА ¹ , Марія СТЕЦЕНКО ²	229
МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ	
Сергій КОБ'ЯКОВ	232
ТРУДНОЩІ ТА МОЖЛИВОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ	
Ніна КУРЕДА, Данило АЛЕКСЄЄНКО	235

ІМІДЖ ЯК СКЛАДОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА	
Надія ФРОЛЕНКОВА, Інна МИРОНІЮК	237
ВПЛИВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НА ПРОЦЕС ВИРОБЛЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ДЕРЖАВНИХ ОБОРОННИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	
Євгенія МІЩУК	239
КОНТРОЛІНГ ЯК ЗАСІБ ЗАПОБІГАННЯ БАНКРУТСВА ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	
Христина ОБЕЛЬНИЦЬКА, Сергій МОЛДАВЧУК, Петро ПЕТРІВ	241
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ЗА СТЕЙКХОЛДЕР-ПІДХОДОМ	
Володимир ПІДДУБНИЙ, Світлана КРАСНОЖОН	244
ЗАСТОСУВАННЯ РІЗНИХ СИСТЕМ ОПЛАТИ ПРАЦІ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ ТА В УКРАЇНІ	
Інна ХОМЕНКО, Вадим ПРИСЯЖНИЙ	246
ANALYSIS OF THE POSSIBILITIES OF IMPLEMENTING ADVANCED EXPERIENCE IN THE FIELD OF PERSONNEL MANAGEMENT IN THE PRACTICAL ACTIVITIES OF ENTERPRISES	
Natalia PROZOROVA, Mohamed HAAFAR, Olena SMIHUNOVA	249
ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ВІЙНИ: ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ТА ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА	
Наталія ТАНАСІЄНКО	252
СТИМУЛЮВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ПРОМИСЛОВОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ	
Вікторія ЧУДОВСЬКА, Іван ІВАНОВ	254
МЕХАНІЗМ ВИНИКНЕННЯ КРИЗОВОГО СТАНУ В АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	
Аліса ШЕВЧЕНКО, Андрій ДОНЦОВ	256
УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	
Надія ЮРКІВ	258
СТАЛИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	
Марина БІЛІНЕЦЬ, Марина КОЧЕТКОВА	261
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ НА ОРГАНІЧНИХ РИНКАХ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Еліна ПАХУЧА, Владислав БАБІКА	263
ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ	
Олена БОРИСЮК, Владислав ЛОЗОВИК	266

РЕВІТАЛІЗАЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	
Марія ТЕПЛЮК	268
УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ	
Роман ШЕРСТЮК, Олександр ПЛОТНИКОВ	271
ЕКОЛОГІЧНА СТІЙКІСТЬ ТА СТАЛА МОДА ДЛЯ ТЕКСТИЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	
Олена ПАХОЛЮК ¹ , Оксана ПЕРЕДРІЙ ¹ , Ірина МАРТИРОСЯН ²	273
OPERATIONS MANAGER: FUNCTION, SKILLS AND ABILITIES	
Olga OVETSKA, Kostiantyn ZALISKYI	276
ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	
Назарій КОНЕВИЧ	278
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА	
Андрій МОХНЕНКО, Олександр ЧМУТ	281
УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОЦЕСІВ НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Ірина СТАНЬКОВСЬКА, Тарас СТАНЬКОВСЬКИЙ, Максим СТАНЬКОВСЬКИЙ	282
КОНЦЕПЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ЯК ФАКТОР СТАЛОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ	
Олена ДОЛГАЛЬОВА, Раїса ТКАЧЕНКО	285
РИЗИКИ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЙ ЗІ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ	
Владислав ЛАВРЕНЮК, Володимир КОВАЛЬ	288
КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ В УКРАЇНІ	
В. Комаровська	291
ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ СУЧАСНИЙ ТРЕНД РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	
Тетяна ТОВТ, Олег РАШКЕВИЧ	293
СТАЛИЙ БЕЗПЕКОВИЙ РОЗВИТОК СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	
Світлана ТУЛЬЧИНСЬКА, Олександр СОЛОСІЧ	296
СУТНІСТЬ КОНЦЕПЦІЇ КАНБАН ТА ЇЇ ВИКОРИСТАННЯ В УПРАВЛІННІ ВИРОБНИЦТВОМ І ПРОЄКТАМИ	
Інна АХНОВСЬКА, В. РОСТЕЦЬКА	298
ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	
Вікторія ШИШЛЮК, Марія МАСЛЬОХ	300

ВІДПОВІДАЛЬНЕ ІНВЕСТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ	
Ірина ГУМЕНЮК.....	302
ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	
Ірина СЕРНЯК ¹ , Олег СЕРНЯК ²	304
РОЗВИТОК ТЕХНОЛОГІЧНИХ РІШЕНЬ У ГАЛУЗІ ВДЕ (АВТОМАТИЗАЦІЯ, БЛОКЧЕЙН, ТРАНСФОРМАЦІЯ, «РОЗУМНІ» МЕРЕЖІ)	
Надія ДАЛЯК ¹ , Мирослав МАЦІРУТА ²	307
ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	
Надія ДАЛЯК, Любов ЛОЗІНСЬКА, Олександр РУДЕНКО.....	310
СЕКЦІЯ 3. СТАЛІЙ РОЗВИТОК СУСПІЛЬСТВА	
СОЦІАЛЬНИЙ АСПЕКТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ: ВКЛЮЧАЮЧИ ПИТАННЯ РІВНОСТІ, ВИРІВНЮВАННЯ ВІДМІННОСТЕЙ, ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СПРАВЕДЛИВОСТІ	
Надія САВЧУК, Лілія ПРИЙМАК	313
СКЛАДОВІ УСПІХУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА	
Анна БУКІЙ, Олена ДОЛГАЛЬОВА	315
СУСПІЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОЛОГІЧНО БЕЗПЕЧНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ЯК ЗАВДАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В ПЕРІОД ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ	
Вадим АНІСІМОВ.....	318
СТАЛІЙ РОЗВИТОК ЦИФРОВОГО СУСПІЛЬСТВА: НОВІ ВИМОГИ ДО КОМПЕТЕНЦІЙ ПЕРСОНАЛУ	
Євгенія МІЩУК ¹ , Дмитро КОЛОСОВСЬКИЙ ²	321
ГРОМАДЯНСЬКА ДІЯ ТА ГРОМАДЯНСЬКА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Юлія ПАЗИНІЧ	323
THE MATTHEW EFFECT: HOW TO AVOID IT UNDER HUMAN CAPITAL EVALUATION	
Stepan LEBEDEV	326
ДЕМОГРАФІЧНА КРИЗА В УКРАЇНІ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ	
Олександр ГАЛИЦЬКИЙ, Світлана ТИЧКОВА	329
ЕКОЛОГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА	
Інна ДЕЙНЕГА, Сергій Пиртко	332
УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ АНДЕРАЙТИНГУ В СТРАХУВАННІ ЖИТТЯ	

Тетяна ТАТАРІНА, Володимир КОВАЛЬ.....	335
НАПРЯМИ ТА ЗАСОБИ ОПТИМІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНОГО БЮДЖЕТНОГО ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ	
Тетяна КОРЯГІНА, Віолетта МЕТЛИЦЬКА.....	337
INTERNATIONAL DETERMINANTS OF FOOD SECURITY	
Mariia DEHTIARENKO.....	339
IMPORTANCE OF RAISING CONSCIOUSNESS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT ON A GLOBAL SCALE	
Yuliya GURMAK, Vladyslava SHUTKA	343
СЕКЦІЯ 4. СТАЛИЙ РОЗВИТОК ОСВІТИ	
EDUCATION AS KEY ELEMENT FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT	
Yanina LISUN ¹ , Aleksander SAPIŃSKIMBA ²	346
НАЛАГОДЖЕННЯ СПІВПРАЦІ НАЦІОНАЛЬНОГО ЛІСОТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ УКРАЇНИ З ІВАНО- ФРАНКІВСЬКИМ НАЦІОНАЛЬНИМ ТЕХНІЧНИМ УНІВЕРСИТЕТОМ НАФТИ І ГАЗУ В РАМКАХ ПРОЄКТУ «ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ»	
Евеліна КУЛЬЧИЦЬКА	347
РОЗВИТОК ТРАНСВЕРСАЛЬНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ЛІДЕРА ІННОВАЦІЙНОГО ВІРЦЯВ СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ «СЕНСО(С)ТВОРЕННЯ»	
Інна КНИШ, Валентин КОСТЮК	349
ДІАГНОСТИКА РІВНЯ ТА КОРЕКЦІЯ ТРИВОЖНОСТІ СТУДЕНТІВ ПСИХОЛОГІВ У ПРОЦЕСІ АДАПТАЦІЇ	
Вікторія НАЗАРЕВИЧ, Аміна БУДУСЬ.....	354
GDP AND EDUCATION DEVELOPMENT: A MATHEMATICAL MODEL	
Irina LEBEDEVA, Sofiia BERZUKH.....	357
ОСВІТНІ ЗМІНИ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Леся ВЕРБОВСЬКА, Назар ГАМУЛЯК	360
ПОПИТ НА ОСВІТУ ВПРОДОВЖ ЖИТТЯ В РАМКАХ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛІ СТАЛОГО № 4 . «ЯКІСНА ОСВІТА»: ПОСТПАНДЕМІЧНИЙ АСПЕКТ	
Катерина ОНОПРІЄНКО, Юрій ПЕТРУШЕНКО.....	362
ПІДРОЗДІЛ ДЛЯ АДМІНІСТРУВАННЯ ДФЗО В УНІВЕРСИТЕТІ: ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОБОТИ	
Ірина ПЕРЕВОЗОВА, Ольга НАЗАРЕНКО, Христина КРУПА	365
ОСВІТА ДОРΟΣЛИХ ЯК ПРОЦЕС РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА	
Олена ВАРАКСІНА, Вікторія ШУЛЬГА.....	370

ПРОФЕСІЙНЕ ЗРОСТАННЯ ТРАЄКТОРІЇ ОСВІТИ ТА АГРОБІЗНЕСУ В УМОВАХ ЗМІЩЕННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ТА СТРАТЕГІЧНИХ ЗАВДАНЬ СУСПІЛЬСТВА	
Марина ПОНОМАРЬОВА.....	373
ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РІЗНИХ ВИДІВ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ВІЙНИ	
Максим ГОРІХОВСЬКИЙ, Валерік ОГАНЕСЯН.....	375
ЗАХИСТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ	
Світлана КРАСНОЖОН, Ярослава ДЕПУТАТ.....	378
ПРОБЛЕМИ ВЗАЄМОДІЇ ІННОВАЦІЙНИХ КЛАСТЕРІВ ТА ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ	
Тетяна НЕБОГА.....	380
ОСНОВИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ДАНИХ	
Наталія КЛИМАШ, Роман КРУПА.....	382
ЗАСАДНИЧІ АСПЕКТИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОЇ СФЕРИ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Віра КУЦЕНКО ¹ , Наталія СТАВНИЧА ²	385
ВАЖЛИВІСТЬ ЕТИКИ ПІД ЧАС ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ	
Сергій ЯНКОВ, Анастасія ПАЛИГА.....	388
СВІТОВИЙ ДОСВІД СИСТЕМИ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ	
Леся ПОЛЬОВА ¹ , Світлана АРХИПОВА ²	389
БАЛАНС РОБОЧОГО ЧАСУ ВИКЛАДАЧА, ПОКАЗНИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЯКІСТЬ ВИКЛАДАННЯ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ	
Олена ТИМЧЕНКО.....	392
УКРАЇНСЬКА МОВА І ЛІТЕРАТУРА ЯК ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНО-ПАТРІОТИЧНОГО ВИХОВАННЯ, СВІДОМОСТІ ТА ПАТРІОТИЗМУ	
Оксана СТАРИК.....	394
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ОСВІТІ	
Оксана ТКАЧОВА, Марина ЦИКАЛ.....	396
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ВИКЛАДАННІ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ»	
Лариса ШАТАЛОВА.....	398
ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПСИХІЧНИЙ СТАН ЛЮДИНИ	
Сергій ЯНКОВ, Віталіна ЯРОЩУК.....	401

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНИХ ЗАСОБІВ НАВЧАННЯ НА ЯКІСТЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ (НА ПРИКЛАДІ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ 241 «ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА» ТА 242 «ТУРИЗМ»)	
Тетяна ЧАЙКА	403
ОСОБЛИВОСТІ ВСТУПНИХ КАМПАНІЙ В УКРАЇНІ У ПЕРІОД 2018-2022 РОКІВ	
Оксана ВАСИЛИК, Андрій ВОЛОШИНОВИЧ	406
ТРАНСФОРМАЦІЯ ОСВІТИ ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Ірина КІНАШ, Марія БЕРЛОУС	410
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Оксана КОНДУР, Оксана ЦЮПА	413
ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ АГРАРНОЇ ОСВІТИ ПРИ ВИКЛАДАННІ ФАХОВИХ ДИСЦИПЛІН ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	
Світлана ЗОЛОТАРЬОВА	415
EDUCATION FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT: IMPLEMENTING OF EU EXPERIENCE	
Svitlana LUKASH.....	417
«ОСНОВИ АКАДЕМІЧНОГО ПИСЬМА» – БАЗОВА НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ	
Наталія КОБЗЕЙ.....	419
РОЗВИТОК HARD SKILLS СТУДЕНТІВ-МАРКЕТОЛОГІВ: КЕЙС-ЧЕМПІОНАТИ	
Ірина ПЕРЕВОЗОВА, Христина ОБЕЛЬНИЦЬКА, Ангеліна УЖВА, Вікторія ШКРОМИДА, Андрій ПРОКОПІВ, Андріяна УСТЯНОВСЬКА, Іван РУБАНЯК	421
СЕКЦІЯ 5. МАРКЕТИНГ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В КОНТЕКСТІ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ	
Оксана ПАЛАМАРЧУК, Валентина ЯКУБОВСЬКА.....	425
РИЗИКОВАНІСТЬ СУСПІЛЬСТВА ТА МАРКЕТИНГ: ЧИННИКИ ВПЛИВУ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Алла СТАРОСТІНА, Володимир КРАВЧЕНКО, Олена БІЛОВОДСЬКА.....	427
ЛОГІСТИКА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	
Аріна ПОНОМАРЬОВА, Марина БІЛІНЕЦЬ	430
МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗРОБКИ ТА ВИВЕДЕННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА РИНОК	
Євгеній ЗІНЮК.....	432
РІШЕННЯ ПРОБЛЕМ СКЛАДУ ПОРОШКОВИХ ПРАЛЬНИХ ЗАСОБІВ ЯК ШЛЯХ УТРИМАННЯ ПОПИТУ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Вікторія АКМЕН, Світлана СОРОКІНА, Микита ЧЕЧЕНЬОВ	434

МАРКЕТИНГ УСВІДОМЛЕНОГО СПОЖИВАННЯ: PRODEM ТА ШЕРИНГ	
Надія БАЛУК ¹ , Ірина ТРИГУБ ¹ , Лариса БУК ²	437
МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТОВАРОВИРОБНИКІВ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ	
Еліна ПАХУЧА	440
ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПРОВІДНИМИ КОМПАНІЯМИ СВІТУ	
Тарас КУШНІР, Владислава БАШТА	443
ВПЛИВ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА КВАЛІФІКОВАНОГО ПЕРСОНАЛУ В РАМКАХ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ НА СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЕКОБРЕНДИНГУ В УКРАЇНІ	
Юрій БЕРЕЗОВСЬКИЙ, Едуард МОМОТОК, Іван МИХАЙЛОВ	446
РОЛЬ БРЕНДУВАННЯ У СТВОРЕННІ СТІЙКОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ	
Ірина ЛИСЕНКО, Віталій БОЙКО	448
ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ БРЕНДІВ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Софія КОНЕВИЧ ¹ , Петро ВІДЛИВАНИЙ ²	451
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ: СТРАТЕГІЯ ESG-МАРКЕТИНГУ	
Ольга ВОВЧАНСЬКА ¹ , Лілія ІВАНОВА ²	454
ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ КОМУНІКАЦІЙ МАРКЕТИНГУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Майя ГОЛОВАНОВА	458
МЕРЧАНДАЙЗИНГОВІ ПІДХОДИ ДО СТИМУЛЮВАННЯ СПОЖИВАЧІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	
Олег ДЗЬОБА, Вікторія ЖОЛОБАК	461
МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ В РІТЕЙЛІ	
Тетяна ДРОНОВА, Вікторія ПАВЛЮК	464
ВПЛИВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ НА СТАЛИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА	
Вячеслав МАКЕДОН	466
ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ІННОВАЦІЙ У МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ СТАЛОСТІ БІЗНЕСУ	
Ірина РОМАНЮК	469
ТЕРИТОРІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Лілія СІМКІВ ¹ , Андрій ЄЛІСЄЄВ ²	472

ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ОМНІКАНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ ЗАКОРДОНОМ	
Людмила ГРИНЕВИЧ, Дар'я СМОТРОВА	473
МАРКЕТИНГ ЯК СТАБІЛІЗАТОР ПЕРЕКОСІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Наталія ЮДІНА	476
ТРЕНДИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Тетяна ТОХТАМИШ	478
СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ УКРАЇНСЬКИМ БІЗНЕСОМ	
Наталія БРЮШКО	480
РОЛЬ ТАРГЕТОВАНОЇ РЕКЛАМИ В РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ	
Оксана ДЮК	482
ІНСТРУМЕНТИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТОРГОВОЮ КОМАНДОЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ В СУЧАСНИЙ ПЕРІОД	
О. Силенко	484
ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
Андрій УСТЕНКО, Вікторія ВИННИК, Георгій ПЕРЕВОЗОВ	486
МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ	
Андрій ФЕДОРЧЕНКО	488
МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЖИТТЄСТІЙКОСТІ БІЗНЕСУ	
Наталія САВИЦЬКА	490
ІННОВАЦІЙНІ МАРКЕТИНГОВІ ПРОЄКТИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ	
Андрій ГОЛЩИН, Катерина ЧЕПУРНА	493
APPLICATION OF AI TECHNOLOGIES IN MARKETING CAMPAIGNS	
Diana Fayvishenko, Yeva FAIVISHENKO	496
FORMING THE VALUE OF A RETAIL BRAND USING DIGITAL TECHNOLOGIES	
Hanna SHMIL, Kateryna POLEVYCH	498
ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	
Ірина МЕНДЕЛА	501
FEATURES OF THE PROMOTION OF ORGANIC PRODUCTS ON DOMESTIC AND FOREIGN MARKETS	
Olena SMIHUNOVA, Volodymyr PROTAS	503
CALCULATION METHODS OF THE PROMOTION BUDGET	

Yuliia ZYMBALEVSKA.....	507
HOW DO WE TEACH SOCIAL MARKETING CREATIVELY? THE “NORWEGIAN PROJECT” CASE STUDY	
Oksana MALYNKA ¹ , Richard TOMLINS ²	509
SUSTAINABLE DEVELOPMENT MARKETING IN SOCIAL ENTERPRISES ACTIVITY	
Anna VERBYTSKA	511
ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙ БРЕНДУ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ	
Альона ТАНАСІЙЧУК	514
РОЛЬ МЕДІА У ФОРМУВАННІ СВІДОМОГО СПОЖИВАЧА ТА ПІДВИЩЕННІ ЕКОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ	
Олександр ШЕВЧУК	516
ЦИФРОВІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГУ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЕЛЕМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Людмила ШОСТАК	518
ВПЛИВ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ НА РОЗВИТОК БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ	
Тетяна КЛИМЕНКО	520
Маркетинговий аналіз впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ на рівень прибутковості вітчизняного бізнесу	
Вікторія ШКРОМИДА, Ангеліна УЖВА, Надія ДАЛЯК.....	522
СЕКЦІЯ 6. СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЕНЕРГЕТИКИ ENERGY SECURITY AND RENEWABLE ENERGY	
Najar Gafar ISMAYILOVA.....	525
ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЕНЕРГЕТИЧНИХ КУЛЬТУР У КОНТЕКСТІ ЗМІЦНЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ТА КЛІМАТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ	
Олена БОРИСЯК, Євген ОСТАПІЙОВСЬКИЙ	527
СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОЇ СКЛАДОВОЇ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ	
Галина ЗЕЛІНСЬКА	529
ПОРУШЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ НАФТОГАЗОВИХ ПІДПРИЄМСТВ КРІЗЬ ПРИЗМУ БІФУРКАЦІЇ	
Ліліана ГОРАЛЬ, Андрій КОРНІЄНКО, Марта ШКВАРИЛЮК.....	532
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЗМІНИ КЛІМАТУ ТА ПІДХОДИ ДО ЇХ ВИРІШЕННЯ	
Олександр АНТОНОВ	535
ПЕРЕДУМОВИ ТА НАПРЯМИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУБ’ЄКТІВ ГАЗОВОГО РИНКУ	
Олег ДЗЬОБА, Микола РЕВУЦЬКИЙ	538

ВІДНОВЛЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Дмитро ДОЛШНІЙ ¹ , Уляна БЕРЕЖНИЦЬКА ²	540
СТАЛИЙ ЕНЕРГЕТИЧНИЙ РОЗВИТОК: КОНЦЕПЦІЯ ТА ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ	
Сергій ДРОЗД	543
ФОРМУВАННЯ АДАПТАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ: БЕЗПЕКОВИЙ АСПЕКТ	
Олег ДЗЬОБА, Дмитро ГАСИМОВ	545
ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГІЇ ТА МОЖЛИВОСТЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Маріанна ЖУМБЕЙ, Роман ПОЗНАНСЬКИЙ, Лілія КОПЧАК	548
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТРЕЙДІНГУ ЕНЕРГОНОСІЇВ В УКРАЇНІ	
Олексій ЛАСТОВЕЦЬ, Максим ШАРВАН, Андрій ХРАБАТИН	551
ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМНОГО АНАЛІЗУ В РОЗВИТКУ ГАЗОДОБУВНОЇ ГАЛУЗІ	
Петро ГРИНІВ, Іван ДУБОВИЦЬКИЙ, Олена ОРЛОВА	553
АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ ТУРИСТИЧНИМ СЕКТОРОМ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	
Людмила АРХИПОВА, Ірина СМІК	555
СЕКЦІЯ 7. СТАЛИЙ РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА	
ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ БІОЕНЕРГЕТИЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ	
Андрій ДАНКЕВИЧ	559
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РОСЛИННИЦТВА В УКРАЇНІ	
Наталія ЧУЙКО, Аліна БУКРЕЄВА	562
ORGANIC PLANT FARMING AS A DEVELOPMENT PERSPECTIVE	
Olena CHEREDNICHENKO, Yelyzaveta CHEREDNICHENKO	565
СТАЛИЙ РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА: ПРИНЦИПИ, ГЛОБАЛЬНІ ЗМІНИ ТА ПРОБЛЕМИ	
Світлана ФЛЮК, Анна БАРАНОВА	567
SUSTAINABLE DEVELOPMENT AS A BASIS FOR THE FORMATION OF COMPETITIVE INFRASTRUCTURE OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF EU INTEGRATION	
Oleksandr FEDOCHUK	569

ЕФЕКТИВНІСТЬ ЕЛЕМЕНТІВ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИ ВИРОЩУВАННІ КУНЖУТУ НА ПВДНІ УКРАЇНИ	
Віра КОНОВАЛОВА, Андрій ТИЩЕНКО, Олена ТИЩЕНКО	572
ВІДОБРАЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ У НЕФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ КОМПАНІЙ АГРАРНОГО СЕКТОРУ	
Ірина ТЕНИЦЬКА, Ярина САМУСЕВИЧ	575
АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	
Олена СМІГУНОВА, Тетяна ПРИХОДЬКО, Микола ГЕМБАРСЬКИЙ.....	578
ПОТЕНЦІАЛ ЕНЕРГЕТИЧНИХ СОРТІВ ПРОМИСЛОВИХ КОНОПЕЛЬ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА БІОЕКОНОМІКИ	
Сергій МЩЕНКО.....	581
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИБНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ	
Софія МЕЛЬНИЧЕНКО	584
АСПАРАГУС – ПЕРСПЕКТИВНА ОВОЧЕВА РОСЛИНА ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ПОЛІВ	
Надія КОСЕНКО	587
ПРОДУКТИВНІСТЬ СОРТІВ СУНИЦІ САДОВОЇ ЗАЛЕЖНО ВІД СПОСОБУ ПІДГОТОВКИ РОЗСАДИ В УМОВАХ ЗРОШЕННЯ НА ПВДНІ УКРАЇНИ	
Геннадій КАРАЩУК	590
ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ВИРОБНИЦТВА ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР В УКРАЇНІ	
Лариса КАЛАЧЕВСЬКА ¹ , Юлія ГОЛНАЧ ²	592
ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРАХОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ	
Світлана ВЛАСЮК	595
ІННОВАЦІЇ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ: ПРЕДСТАВЛЕННЯ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ, МЕТОДІВ ТА ПІДХОДІВ ДО ВИРОБНИЦТВА, ЗБЕРЕЖЕННЯ РЕСУРСІВ	
Галина АПЕЛЬТ, Ангеліка ЗАУЕР	597
SHRIMP FARMS IN THE DEVELOPMENT OF THE AGRICULTURAL MARKET IN THE UKRAINE	
Valeriya GRUZDOVA, Yuvita KOLOSHKO	599
СТАЛІЙ РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ	
Катерина БОГОМОЛОВА	601
НИЗЬКОВУГЛЕЦЕВЕ СІЛЬСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО: АСПЕКТ ВИРОБНИЦТВА ЕНЕРГЕТИЧНИХ КУЛЬТУР	

Олена БОРИСЯК, Назар ПОКОЙОВИЙ	603
ГЛОБАЛЬНІ КЛІМАТИЧНІ ЗМІНИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ВІТЧИЗНЯНЕ КОРМОВИРОБНИЦТВО	
Ірина ВОРОНЕЦЬКА, Наталія ЮРЧУК	605
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКЕ ДОРАДНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	
Мар'яна ГУМЕНЮК, Дмитро НЕМІШ	608
СТАЛІЙ РОЗВИТОК АГРАРНОГО СЕКТОРУ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД	
Олександр АВЕРЧЕВ, Марія НІКІТЕНКО	610
ОЦІНКА ЗРАЗКІВ ЩАВЛЮ –RUMEX ЗА ЦІННИМИ ГОСПОДАРСЬКИМИ ОЗНАКАМИ	
Любов КНІГНІЦЬКА	612
ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ДОБРИВ ЗА ОРГАНІЧНОГО ВИРОЩУВАННЯ ГРЕЧКИ	
Галина КУНИЧАК, Ольга ДУТЧАК	615
СЕКЦІЯ 8. СТАЛА ЕКОНОМІКА РЕСУРСІВ СИРОВИННО-ПРОДУКТОВА ПРОСТЕЖУВАНІСТЬ ЯК ЧИННИК СТАЛОЇ ЕКОНОМІКИ РЕСУРСІВ	
Сергій ВЕРБИЦЬКИЙ, Олександр КУЦЬ, Наталія ПАЦЕРА	619
ЕКОМОНІТОРИНГ ЯКОСТІ АТМОСФЕРНОГО ПОВІТРЯ ЯК СКЛАДОВА ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	
Андрій КОНДУР	622
УДОСКОНАЛЕННЯ РЕНТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЛІСОГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
Володимир КАСЮХНИЧ	624
СТАЛІЙ РОЗВИТОК УПРАВЛІННЯ ЛІСАМИ В УКРАЇНІ	
Олена МАРЦЕНЮК	626
ВИМОГИ БЕЗПЕКИ ДО МІСЬКИХ ПАРКІВ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ	
Микола ПЕТРУШЕНКО, Наталія ВЕРНІГОРОВА	628
ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА	
Марія МАЙБОРОДА, Юрій ПИСЬМЕННИЙ	630
СЕКЦІЯ 9. ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА ПОДОЛАННЯ БІДНОСТІ	
ДОСВІД ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН У РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО АДАПТАЦІЇ В УКРАЇНІ	
Вероніка ЧАЛА, Дарія ВИДАЙ	633
ЕКОЛОГІЧНЕ ОПОДАТКУВАННЯ ЯК ВЕКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ	
ВАЛЕРІЯ ВОВК	635

УПРАВЛІННЯ ЗЕЛЕНОЮ ІНФРАСТРУКТУРОЮ УРБОЕКосИСТЕМ	
Лариса ЧЕРЧИК	637
ВПРОВАДЖЕННЯ ЗЕЛЕНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ ТА ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	
Аліса ШЕВЧЕНКО, Владислав ПОЛЩУК, Анасія СІМЕКЧІ	639
ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА БОРОТЬБИ З БІДНІСТЮ	
Наталя БАБКО	643
СЕКЦІЯ 10. ІНСТИТУЦІЙНІ РАМКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ІНСТИТУЦІ ТА ІНСТИТУТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Юрій ЛОПАТИНСЬКИЙ.....	646
НОВІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ВПЛИВУ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА КРАЇНИ З ЕКОНОМІКОЮ, ЩО РОЗВИВАЄТЬСЯ	
Алла ЛЯЛЮК	648
РОЗВИТОК РИНКУ СТРАХОВИХ АГРАРНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	
Тетяна ВЛАСЕНКО ¹ , Сергій СТЕПАНЕНКО ²	651
ПРАВОВІ СПОСОБИ ВИКОНАННЯ УГОД, УКЛАДЕНИХ В РЕЗУЛЬТАТІ МЕДІАЦІЇ	
Ірина БАЛЮК ¹ , Ольга НАМЯСЕНКО ¹ , Олена ЩЕРБАКОВА ²	654
ІНСТИТУЦІЙНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЗИЧАЛЬНИКА	
Наталія ПОНОМАРЕНКО, Ольга ОСТРОВСЬКА	655
THE POSITION OF STANDARDS IN THE FIELD OF RISK MANAGEMENT AT INDUSTRIAL ENTERPRISES OF AZERBAIJAN IN MODERN CONDITIONS AND WAYS TO OPTIMIZE THEM	
Natavan Vagif IBRAGIMOVA	658
СЕКЦІЯ 11. СТАЛІ КОСМІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА СТАЛЕ КОСМІЧНЕ ПРАВО	
СТАЛІ КОСМІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ПРОБЛЕМА СУЧАСНОЇ НАУКОВОЇ ОСВІТИ	
Денис СВИРИДЕНКО	662
ПЕРСПЕКТИВИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КОСМІЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ	
Віталій НІЩЕНКО	664
КОСМІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ АГРОБІЗНЕСУ	
Валентина ЛОЗИНСЬКА	666
ВИКОРИСТАННЯ GPS В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ	

Роман ОСТАПЕНКО.....	668
РЕСУРСОЕФЕКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ У РОЗВИТКУ КОСМІЧНОЇ ГАЛУЗІ	
Ірина ПЕРЕВОЗОВА, Андрій КАРАГОЙДІН, Назарій ТАЦАКОВИЧ	670
СЕКЦІЯ 12. СТАЛИЙ РОЗВИТОК ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД СКЛАДОВІ ВПЛИВУ РЕЛОКАЦІЇ БІЗНЕСУ НА РОЗВИТОК РЕГІОНУ	
Іванна ЗАПУХЛЯК, Олег КРАСНЯК	672
СТАЛИЙ РОЗВИТОК МСП ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ГРОМАДИ НА ЗАСАДАХ «ЗЕЛЕНОЇ», ІННОВАЦІЙНОЇ, КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ	
Уляна БЕРЕЖНИЦЬКА ¹ , Надія КРОМКАЧ ² , Любова ПОПОВИЧ ²	676
ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДГРУНТЯ КОНВЕРГЕНТНИХ ПРОЦЕСІВ В РЕГОНАЛЬНОМУ ПРОСТОРИ	
Оксана ЯКУШЕВА	679
ЛОКАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ	
Ірина ПІДРИЧЕВА	682
СТРАТЕГІЯ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	
Лілія СІМКІВ, Уляна АНДРУСІВ	685
СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Тамара ГЛАДКІХ	687
ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	
Олександр ПРИСТЕМСЬКИЙ, Аліна САКУН	690
СУЧАСНІ ТРЕНДИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	
Наталія ХОМЮК.....	693
РОЛЬ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД У ПРОЦЕСІ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ	
Ірина ЮРИЧИНА, Анастасія ТВЕРДОХЛІБ.....	695
ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ НОВІТНІХ КОНЦЕПЦІЙ В УПРАВЛІННІ ТЕРИТОРІАЛЬНИМИ ГРОМАДАМИ В УКРАЇНІ	
Інна ШАРКО, Ельмір ПУНЬКО	698
ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ	
Ірина ЮРИЧИНА, Анастасія ЛЕНЧУК	700
МЕРЕЖЕВІ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ СТАЛОГО ПРОСТОРОВОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ СИСТЕМ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ	
Ганна КОНДРАТЬЄВА.....	703

ПРОГНОЗУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ПАРАМЕТРІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	
Олеся ХОХУЛЯК	706
КОНЦЕПТУАЛЬНА ПАРАДИГМА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ	
Олексій ШКУРАТОВ.....	708
СЕКЦІЯ 13. СТАЛИЙ РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ СУЧАСНИЙ СТАН ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ	
Раїса ЗАГНИБИДА, Ліля ЛОЯК	711
СКЛАДОВІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	
Лариса ЧЕРЧИК, Ганна КУВІКА	713
ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ГІРСЬКИХ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТАХ	
Людмила АРХИПОВА, Юрій ФЕДОРЯК	716
ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ЄДИНОГО СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ У СФЕРІ ТУРИЗМУ	
Василь ШИКЕРИНЕЦЬ, Станіслав ДРИЧАК, Ольга ШИКЕРИНЕЦЬ	718
МУЛЬТИПЛІКАТИВНИЙ ВПЛИВ ТУРИЗМУ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ В СУСПІЛЬСТВІ	
Галина ГУМЕНІЮК, Любов ЧОРНА	720
КОНЦЕПЦІЯ КРЕАТИВНОГО ТУРИЗМУ: ГЕНЕЗА ТА ОСНОВНІ КОМПОНЕНТИ	
Андрій ЗАРІЧНЯК, Ольга ЛОЗИНСЬКА	723
ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ У СФЕРІ ТУРИЗМУ	
Віра ОРЛОВА, Павло ВИЧІВСЬКИЙ, Тарас МАЛАНЮК	726
ГЕОГРАФІЯ ГІРСЬКОЛИЖНИХ КУРОРТІВ УКРАЇНИ	
Леся КОВАЛЬСЬКА	729
ІВЕНТИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ	
Наталія ХУДИК.....	732
THE ROLE OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT IN GREEN TOURISM AS A MARKETING PERSPECTIVE	
Gazanfar SalmanSULEYMANOV, Nurana Namik ABDULLAYEVA, Turkan Ali SHEYDAI ...	734
ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ІНФРАСТРУКТУРИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО СЕРВІСУ ТА ТУРИЗМУ	
Олена ДУТЧАК	736

СТРАТЕГІЧНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ КУРОРТУ ЯРЕМЧЕ	
Олександр НОСИРЄВ.....	738
СЕКЦІЯ 14. ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНИЙ СУПРОВІД СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА	
ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ В ІТ-СФЕРІ В УКРАЇНІ	
Софія КАФКА, Богдан Нагорняк	742
СТРОК КОРИСНОГО ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ	
Ганна ЗЯБЧЕНКОВА, Анна ВЛАСЕНКО	744
ОПТИМІЗАЦІЯ ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	
Галина ЛЕЩУК	746
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ	
Уляна САВКІВ ¹ , Галина СИДОР ²	749
СИСТЕМА ДЕФІНІЦІЙ В УПРАВЛІННІ ТОВАРАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Тетяна САВЧУК, Петро ЛАВРЕНЮК.....	752
БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНТРОЛЮ ВИТРАТ НА ЗБУТ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ	
Ганна ЧМІЛЬ, Наталія КАЩЕНА, Ірина НЕСТЕРЕНКО	754
АНАЛІЗ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ ТА ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ	
Тетяна САВЧУК, Богдана ЗЕЛИК	757
CALCULATION METHODS OF THE PROMOTION BUDGET	
Yuliia ZYMBALEVSKA.....	759
КАЙДЗЕН-КОСТИНГ ЯК МЕТОД ЦІНОУТВОРЕННЯ І ОБЛІКУ ВИТРАТ	
Інна АХНОВСЬКА, Амалія ЕЛЬХАДДАД	761
ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	
Тетяна САВЧУК, Надія НАКЛАДЮК.....	763
АУДИТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СУБ'ЄКТІВ	
Ірина КРЮКОВА, Алла ЯКОВЕНКО	765
КЛАСИФІКАЦІЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	
Тетяна САВЧУК, Віра ПІДГОРОДЕЦЬКА	767
КОМП'ЮТЕРИЗАЦІЯ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	
Тетяна САВЧУК, Наталя ТИМКІВ	770

ОРГАНІЗАЦІЯ І МЕТОДИКА УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ДОХОДІВ І ВИТРАТ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	
Софія КАФКА, Сергій ГРИЦІВ.....	772
РОЗВИТОК ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ ОБЛІКУ ТА КОНТРОЛЮ КРЕДИТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ, ЩО БАЗУЄТЬСЯ НА ПРИНЦИПАХ БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГІЙ	
Тетяна САВЧУК, Любомир ЯЦИК	775
ФІНАНСОВИЙ КОНСАЛТИНГ ВІД БАНКУ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛЬНИМИ ФІНАНСАМИ	
Лариса КОЛЕСНИКОВА, Тетяна ГІРЧЕНКО.....	777
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ПРОЦЕНТНИХ ДОХОДІВ І ВИТРАТ БАНКУ	
Людмила ГЕРБИЧ, Анна ТОЛМАЧ.....	781
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ЛІСОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	
Наталія ГОЛЯЧУК.....	784
ОСОБЛИВОСТІ НАРАХУВАННЯ І ВИПЛАТИ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ	
Тетяна ПОНОМАРЬОВА, Марія МАТЮШКО	786
СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ОСНОВІ МЕТОДУ LCC COSTING	
Інна АХНОВСЬКА, Ірина ВОВК	788
СЕКЦІЯ 15. КОМУНІКАЦІЇ В СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В РАМКАХ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА	
ОСОБЛИВОСТІ ІНШОМОВНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ	
Галина АПЕЛЬТ.....	792
МЕТОД АКТИВНОЇ УЧАСТІ ДЛЯ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ	
Ірина КЛЮФІНСЬКА.....	794
ПРЕДИКАТИ СТАНУ У СЕМАНТИЧНОТРАНСФОРМОВАНИХ РЕЧЕННЯХ	
Ірина ДЗІВІДЗІНСЬКА.....	796
ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ	
Роман ПОЗНАНСЬКИЙ.....	798
SWITCHING DIRECT AND INDIRECT TYPES OF COMMUNICATION IN HOSPITALITY INDUSTRY	
Oleksandr POZDNIAKOV	801

КОМУНІКАЦІЇ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ПОСЛУГ	
Лілія КОПЧАК.....	803
METHODS AND TECHNIQUES USED IN TEACHING A FOREIGN LANGUAGE IN TERMS OF ITS COMMUNICATIVE VALUE	
Marianna ZHUMBEI	805
МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ	
Надія САВЧУК, Лілія ПРИЙМАК	807

СЕКЦІЯ 1. СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ

УДК: 338.24

ЦИФРОВІЗАЦІЯ – СУЧАСНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

УЛЯНА САВКІВ¹, ГАЛИНА СИДОР², АНДРІЙ ТИМКІВ²

¹ Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

² Навчально-реабілітаційний заклад вищої освіти «Кам'янець-Подільський державний інститут, Україна

Сучасна епоха глобалізації характеризується безперервним та значним потоком інформаційних даних, що сприяють формуванню нових знань, ідей та інновацій. Цифровізація є вагомим фактором економічного зростання та сучасним трендом. Використання цифрових технологій у реальному секторі економіки – це запорука інноваційного розвитку як підприємства, так і держави.

Цифровізація стрімко проникає в усі сектори економіки України. Застосування цифрових технологій у фінансово-господарських процесах формує виклики, які пов'язані з опрацюванням великих баз даних, вибором і налаштуванням алгоритмів управління, оцінюванням ефективності системи. Процес інтеграції цифрових технологій потребує комплексного підходу щодо вибору технічних засобів та забезпечення взаємодії елементів у системі управління.

Мета цифровізаційних процесів у фінансово-економічній діяльності полягає у пристосуванні до реалій сьогодення та підвищення рівня конкурентоспроможності держави в інформаційному просторі. Цифровізація – це запорука результату, що відповідає потребам суспільства та забезпечує бізнес можливість отримати прибутки. Цифрова епоха формує нові тенденції щодо ведення бізнесу в Україні [1].

Цифровізація економічного середовища сприяла зміцненню конкурентних позицій вітчизняних підприємств шляхом підвищення продуктивності праці, прискорення автоматизації виробничих процесів та ефективності управління. Дотримання норм інформаційної безпеки дає змогу забезпечити підвищення якості всіх управлінських процесів.

Діджиталізація в українській економіці має позитивний соціальний ефект, адже спрямована на підвищення якості інфраструктури соціального забезпечення і соціальних послуг, організації прозорості та адресності соціальної допомоги.

До цифрових продуктів і послуг, які можна розглядати як інноваційні тренди сучасного соціально-економічного середовища, належать: BlockChain, Digital marketing, CRM&BPM, Grid-технології, Digital-Страхування, Prescription [1].

Цифровізація суспільного та економічного середовища забезпечує громадянам можливість отримувати швидкісний доступ до інформації, нові засоби для ведення бізнесу та самореалізації, навчання, робить життя комфортним та зручним, таким, що відповідає реаліям сучасності.

Цифровізуючи основні елементи діяльності, суб'єкти господарювання зменшують обсяги робіт, скорочують терміни їх виконання, підвищують ефективність фінансово-господарської діяльності та знижують витрати. Цифровізація економіки забезпечує суспільству надійне та оптимізоване цифрове середовище. Через цифровізації відбувається розвиток інновації у всіх галузях економіки. Покрокова реалізація цифровізації економіки забезпечить підвищення рівня продуктивності функціонування всієї економічної системи держави та додаткові конкурентні переваги у глобалізованому цифровому світі [2].

Проте, незважаючи на значні переваги, цифрові технології в економічному просторі України супроводжуються негативними аспектами цифрових реалій. Стрімкий розвиток цифровізації є фактором не лише можливостей, а й серйозних загроз для багатьох верств населення. Технологічні продукти поступають на світовий ринок швидше, ніж здатність суспільства застосувати їх у практичній діяльності. Нові технології можуть використовуватись для вчинення злочинів, фальсифікації інформації, експлуатації людей і втручання у приватне життя, оскільки досвідчені користувачі можуть ефективно застосувати їх для злочинної діяльності. Деякі заплановані вигоди від застосування цифрових технологій зводяться нанівець через нові, непередбачувані ризики, які виникають у результаті їхнього впровадження. Навички користувачів, як правило, можуть якісно покращуватись до певного віку, а згодом їхній рівень знижується, як і продуктивність їхньої праці. Зростає нерівність можливостей, що полягає у нерівномірному доступі до новітніх технологій і якісної освіти для бідного або старшого населення. Людський потенціал залежить від можливостей, зокрема від шансу отримати якісну освіту, вчасну професійну перекваліфікацію у цифровому середовищі. Цей процес спонукає суб'єктів економічних відносин до «технологічних перегонів» з метою утримання лідерських позицій на ринку. Витіснення людини з ринку праці в результаті цифровізації може мати системні наслідки. Сучасний ринок праці – це складна динамічна система, яка піддається впливу інформаційних технологій, що зумовлює зміни в соціально-трудовах відносинах.

Проблема полягає також у тому, що перехід відбувається надшвидкими темпами і в підсумку економічне зростання супроводжуватиметься шоками для деяких сфер економіки країни, якщо не створити вчасно технологічні, економічні та політичні передумови для нового підйому. Саме тому сучасний етап розвитку багатьох країн, зокрема України, пов'язаний із пошуком можливостей для переходу на нову модель економічного розвитку. Сьогодні важливо дослідити можливі потенційні ризики від використання цифрових технологій як з позиції постачальників, так і з позиції споживачів цифрових послуг.

Цифровізація формує нову та оптимізовану економічну систему. Коли країна стає інтенсивним учасником «цифрових» трансформацій, вона здатна залучити більше інвестиційного капіталу та має можливість бути інноваційним лідером. Впроваджуючи цифрові технології, Україна формує умови для переходу на вищий технологічний рівень розвитку. Цифрова економіка стає необхідністю та основою успішного майбутнього.

Список використаних джерел

1. Краус Н. М., Голобородько О. П., Краус К. М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. Ефективна економіка. 2018. № 1. URL :http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf
2. Руденко М. В. Цифровізація економіки: нові можливості та перспективи. Економіка та держава. 2018. № 11. С. 61–65. URL :<https://doi.org/10.32702/2306-6806.2018.11.61>
3. Сидор Г. В. Банківські інновації. Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформаційної економіки : зб. наук. статей за матер. VI Всеукр. наук.-практ. конф., (м. Дніпро, 16–17 квіт. 2020 р.) : у 2-х ч. Дніпро : НМетАУ, 2020. Ч. 2. С. 154–157. URL :<https://nmetau.edu.ua/ua/mdiv/i2015/p3514>

UDC 005.70

SMART VS TRADITIONAL BUILDING IN CONDITIONS OF GLOBAL CRISIS

ALLA POLYANSKA¹ DARIUSH CICHON² OLEG MYKYTUK¹

1 Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas, Ukraine

2 AGH University of Science and Technology, Poland

Today we have the consequences of global crises: global warming due to CO₂ emissions, energy shortages, natural disasters (Turkey), war (Ukraine). Global building space is projected to double by 2060, and only 3% of investment in new construction is green and efficient, leading to high emissions for decades. The rate of renovation of existing buildings is barely 1%, less than a third of the pace needed to meet the Paris climate goals. Reducing carbon emissions in buildings will be critical to achieving the Paris climate goal and achieving net zero emissions by 2050. Buildings account for 39% of global greenhouse gas emissions, including 28% in operational emissions and 11% in building materials and structures.

There are four key trends contributing to construction with zero carbon emissions [1]: decarbonization, electrification, energy efficiency, digitalization. These trends work together to reduce carbon emissions and the overall cost of building operations and supporting infrastructure. Buildings can achieve zero carbon (or zero carbon ready) by eliminating the use of fossil fuels for heating, using on-site and/or off-site renewable energy, reducing the use of refrigerants with high global warming potential, and using low-carbon, reused or recycled materials in construction.

Global warming itself will lead to increased demand for electricity as previously temperate regions require air conditioning to minimize heat stress. Unseasonably cold weather can also increase electricity demand in warmer regions. In some cases, this will lead to higher costs for building owners due to the lower (often subsidized) cost of fossil energy and increased investment in electricity infrastructure for expanded generation, transmission, distribution, and management of increasingly intermittent renewable energy supplies.

Energy efficiency must remain a top priority for zero-carbon buildings, even with a decarbonized energy supply. Every dollar invested in energy efficiency saves roughly two dollars in energy supply, whether those investments are in on-site, on-site generation, or at the grid level. It also reduces the overall cost of future network infrastructure to meet growing demand. In achieving energy efficiency, it is important to combine both passive and active measures, namely passive measures such as increased insulation and high-efficiency equipment can reduce the overall demand for electricity. At the same time, proactive efficiency measures, including automatic demand response and dynamic energy optimization, can ensure demand flexibility to match intermittent renewable generation.

Digitization is an important means of energy efficiency and demand flexibility in buildings. Smart buildings take advantage of advanced sensing and control, system integration, data analytics and energy optimization to proactively reduce energy consumption and demand, and improve occupant comfort, health, performance, and facility sustainability. Embedding these digital capabilities into «smart» equipment and appliances provides additional benefits, including improved reliability and remote control in addition to reduced energy consumption and emissions.

Global warming and climate change will also have a strong impact on regions with tropical climates, where building energy consumption is driven by increased demand for electrical cooling. Singapore's experience in implementing the 2030 Green Plan's Decarbonisation Strategy goal should be mentioned, including the use of solar energy by 2025 and achieving 2 GWtp (gigawatt peak power) of solar energy by 2030. From 2030, 80% of new buildings will be «ultra-low energy buildings», with an 80% increase in energy efficiency compared to 2005 consumption levels for best-in-class green buildings. At least 20% of schools will be carbon neutral by 2030.

The NUS School of Design and Environment 4 (SDE4) is the first newly constructed zero energy building in Singapore and the first building in Southeast Asia to receive Zero Energy Certification from the International Living Future Institute (ILFI). The six-level building is equipped with an innovative hybrid cooling system to effectively reduce the building's energy consumption. Advanced indoor air quality monitoring and its hourly conditions help to optimize system performance. Electricity generated by the 428 kWh solar panels on the roof is used to power all systems, with any excess dynamically exported to the grid for use in neighbouring buildings. Since opening in January 2019, the building has been net positive, producing over 460 MWh more energy than it consumes.

PassivDom is a Ukrainian startup specializing in the design and construction of energy-independent modular houses. These houses are created using 3D printing [2]. The founder of the startup is Maksym Herbut, originally from Mariupol. The first important property of PassivDom, in addition to many smart functions, is its energy-saving characteristics. The frame of the house is one monolithic part, which is assembled in several steps by large robotic manipulators that work similarly to large 3D printers. But if ordinary printers use homogeneous components, then in the construction of PassivDom, when the walls, ceiling, and roof are printed, different materials are used. These materials can be carbon or fiberglass threads [2].

Summing up, it is appropriate to note that the transition to new and progressive technologies of energy-efficient construction should also consider motivational changes due to social technologies [3]. This shift will not only bring about a technical revolution but will result in major changes for the energy consumer. To maintain and grow their customer base, utilities will need to adopt a new strategic approach to customer engagement to drive greater levels of commitment and engagement into the smart changes.

References

1. [How to build smart, zero carbon buildings | World Economic Forum \(weforum.org\)](https://www.weforum.org)
2. Autonomous modular house from the Ukrainian developer. Autonomous modular house from the Ukrainian developer Solar-Tech Company
3. Getting Smart Grid customers plugged in Motivating change through mobile and social technology. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Energy-and-Resources/dttl-er-gettingsmartgrid-08082013.pdf>

УДК 330.3

ЗАСТОСУВАННЯ СПЛАЙНУ БАГОТОВИМІРНОЇ АДАПТИВНОЇ РЕГРЕСІЇ ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ ЕКОНОМІКО-ЦИФРОВИХ ІНДИКАТОРІВ НА РІВЕНЬ ЦИФРОВОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

ВІТАЛІЯ КОЙБІЧУК, ДІАНА ХАРЧЕНКО

Сумський державний університет, Україна

Епоха 4.0 кидає виклики всім країнам. З метою комплексного та всебічного оцінювання певної сфери необхідним є застосування потужних аналітичних методів. А сфера цифрового розвитку, якість організації кібербезпеки особливо вимагає застосування потужного програмно-аналітичного забезпечення для виявлення потенційних кіберзагроз, їх упередження, та підтримки сталого розвитку кожної країни. Також характерністю епохи діджиталізації є використання методів машинного навчання, інтелектуального аналізу даних, нейронних технологій для проведення ґрунтовної аналітики.

Дослідження присвячене побудові оптимального багатовимірного адаптивного регресійного сплайну, що описує залежність рівня цифрового розвитку країн від національного індексу кібербезпеки та легкості ведення бізнесу та ґрунтується на прогнозах методах інтелектуального аналізу даних. Об'єктами дослідження є 103 країни, статистичні дані досліджуваних показників цих країн використані за 2021 рік відповідно до звітів Академії електронного урядування (e-Governance Academy) [1] та групи Світового банку Doing Business. Розробка сплайну багатовимірної адаптивної регресії здійснена в межах виконання чотирьох етапів. На 1-му етапі було проведено бібліометричний аналіз з використанням програмного забезпечення Vosviewer для опису математичного

апарату, що потрібен при використанні MARS-моделей, та аналітичної платформи Scival для виявлення тенденцій щодо безпеки кіберпростору.

Надругому етапі – формування вхідної вибірки даних (показники цифрового розвитку країни, національний індекс кібербезпеки та легкості ведення бізнесу) та обґрунтування її статистичної значущості за допомогою інструментів описивної статистики в програмному пакеті Statgraphics. Натретью етапі було розроблено лінійну множинну регресійну модель, що характеризує ступінь впливу індексу національної кібербезпеки та легкості ведення бізнесу на рівень цифрового розвитку. Розроблену модель подано формулою (1):

$$DDL = -34,2143 + 0,263034 \times NCSI + 1,0853 \times SEES \quad (1)$$

де DDL – рівень цифрового розвитку країни; NCSI – індекс національної кібербезпеки; SEES – легкість ведення бізнесу.

Обидві незалежні змінні здійснюють позитивний прямопропорційний вплив на зміну залежного індикатора, при цьому вплив показника «легкість ведення бізнесу» в чотири рази перевищує вплив національного індексу кібербезпеки, що логічно інтерпретується масовістю використання цифрових технологій у всіх сферах бізнесу та цифровій економіці, є фактором-стимулятором економічного розвитку. Відсутність мультиколінеарності предикторних змінних доведено за допомогою значення коефіцієнту інфляції дисперсії (VIF-тесту), а статистична значущість моделі – за допомогою тесту Ст'юдента, коефіцієнту детермінації, стандартної помилки оцінки, середньої абсолютної помилки, критерію Фішера та дисперсійного аналізу.

На четвертому етапі для більш точного оцінювання впливу національного індексу кібербезпеки та легкості ведення бізнесу на рівень цифрового розвитку було розроблено сплайн багатовимірної адаптивної регресії, що використовує три базових функції (табл.1):

$$DDL = 35,954 + 0,0140479 \times BF3 + 0,0783525 \times BF18 - 0,0200232 \times BF19 \quad (2)$$

Таблиця 1

Базові функції MARS

Базові функції	Визначення
BF1	$\max(0, SEES - 40,7)$
BF3	$\max(0, NCSI - 10,39) \times BF1$
BF15	$\max(0, 50,65 - NCSI)$
BF18	$\max(0, SEES - 66,6) \times BF15$
BF19	$\max(0, 66,6 - SEES) \times BF15$

Розроблення MARS-моделі здійснено з використанням програмного забезпечення Salford Predictive Modeler. Якість моделі обґрунтована за допомогою узагальненого критерію перехресної перевірки (GCV-критерію)[2].

Отримані результати дозволили комплексно визначити вплив національного індексу кібербезпеки та легкості ведення бізнесу на рівень цифрового розвитку

досліджуваної країни та можуть бути використані аналітичними відділами соціально-економічних об'єктів (банків, фінансових установ), органами національної кіберполіції, національним координаційним центром кібербезпеки для економічного розвитку країни та сталого зростання.

Список використаних джерел

1. National Cyber Security Index: URL : <https://ncsi.ega.ee/ncsi-index/>
2. Sabancı D. , Cengiz M. (2022). Random Ensemble MARS: Model Selection in Multivariate Adaptive Regression Splines Using Random Forest Approach. *Journal of New Theory*. 40. 27-45. <http://doi.org/10.53570/jnt.1147323>

УДК : 368.01

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ В УМОВАХ ДИДЖІТАЛІЗАЦІЇ ОЛЕНА БОРИСЮК

Волинський національний університет ім. Лесі Українки, Україна

Впровадження цифрових технологій на ринку страхових послуг сприяє фінансовій та інформаційній безпеці, соціальній стабільності та ефективному задоволенню потреб страхувальників. Слід зазначити, що підвищення рівня цифрової взаємодії між учасниками страхових відносин, зокрема шляхом розширення електронного страхування, є чинником ефективного розвитку страхового ринку та сприяє задоволенню страхових потреб [1, с.65].

Близько 93% страховиків використовують нові цифрові технології у процесі комунікацій зі страхувальниками та застрахованими особами. Найчастіше застосовуються технології інтернет-систем (організація особистого кабінету, чати та ін.), а також електронний документообіг. Крім того, використовуються пріоритетні цифрові технології, такі як нові виробничі технології (наприклад телематика, телемедицина), інтернетизація бізнес-процесів, великі бази даних, технології штучного інтелекту. Водночас рівень впровадження цифрових технологій у вітчизняних страхових компаніях не перевищує 20%. Основними причинами низького рівня розвитку цифровізації страхового ринку, на думку страховиків, є висока вартість нових цифрових технологій (50%), відсутність попиту на оцифровані страхові програми (47%) та недостатня адаптація цифрових технологій для страхових послуг (47%) [2, с. 77].

На даний момент як основні напрямки цифровізації страхового ринку виступають кілька феноменів, які в рамках вже сформованої термінології цифрової економіки можуть визначатися як інтернетизація, диджиталізація та індивідуалізація страхової діяльності.

Інтернетизація як напрямок цифровізації страхового ринку здійснюється за допомогою використання Інтернету в бізнес-процесах страхової компанії. Більше поширений на даний момент термін «інтернет-страхування», який має більш вузький зміст і має на увазі продаж страхових послуг через Інтернет.

Інтернетизація страхової діяльності реалізується у страхових компаніях за такими напрямом [3, с. 55]:

- інтернет-продаж страхових послуг;
- врегулювання страхових випадків через Інтернет;
- збір інформації про страхувальників через Інтернет.

Надання нових страхових послуг стало можливим завдяки впровадженню компаніями мобільних додатків, тобто спеціальних технологічних рішень для смартфонів. За допомогою мобільних додатків можуть реалізовуватися такі бізнес-процеси страхової компанії [4, с. 183]:

- отримання інформації про контакти та офіси страхової компанії;
- отримання адресних пропозицій страхових послуг, у тому числі щодо продовження чинних договорів страхування;
- віддалене врегулювання страхових випадків, у тому числі з автострахування.

Під диджиталізацією на страховому ринку мається на увазі використання цифрових технологій у бізнес-процесах страховика. Поряд із цим поняттям може застосовуватися термін «оцифрування бізнес-процесів».

Найчастіше в процесі диджиталізації можуть використовуватися нові виробничі технології та технології бездротового зв'язку. Багато в чому інтерес страхових компаній до диджиталізації страхового бізнесу визначається ступенем розвитку блокчейн-технологій та можливістю їх використання у різних бізнес-процесах. Розподільчі бази даних у поєднанні зі смарт-договорами (договори у «цифрі» у комп'ютерному виконанні) можуть використовуватись страховиками на етапі укладання договорів страхування, у тому числі під час продажу полісів, пов'язаних з іншими страховими послугами, а також на етапі врегулювання страхового випадку [5, с.170]:

Розвиток страхового ринку в Україні все більше залежить від впровадження нових технологій цифрової економіки, які впливають на технологію страхування, але не змінюють його економічної сутності. В результаті використання цифрових технологій у страховій діяльності:

- підвищиться ефективність та рентабельність страхової діяльності;
- здійсниться конвергенція взаємного та комерційного страхування (P2P-страхування);
- відбудеться соціалізація страхових відносин;
- з'являться нові страхові послуги та продукти;
- зміниться ринок праці у сфері страхування (заміщення автоматизованими системами управління та роботами частини страхових агентів, фахівців нижчої та середньої ланки).

Список використаних джерел

1. Карлін М.І., Борисюк О.В. Управління державними фінансами: навч. посіб. Луцьк: ПП Іванюк, 2013. 273 с.
2. Семилітко Д. Діджиталізація в дії: як цифрова трансформація бізнесу впливає на успіх компанії. Аудитор України. 2019. № 5. С. 76–79.

3. Тульчинська С. О., Солосіч О. С., Чорній В. В. Вплив діджиталізації управлінських процесів на систему забезпечення економічної безпеки підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 9. С. 54–58.
4. Устенко М. Діджиталізація: основа конкурентоспроможності підприємства в реаліях цифрової економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. № 68. С. 181–192.
5. Borysiuk, O., Datsyuk-Tomchuk, M. і Lipovska-Makovetska, N. 2020. Імперативи розвитку фінансового ринку України в умовах цифровізації. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2, 22. С.168–176. DOI:<https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-02-168-176>.

УДК: 330.341.1

РОЗВИТОК ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

СОФІЯ ТЕСЛЮК, ВЛАДИСЛАВА ЛОЗОВИК

Волинський національний університет ім. Лесі Українки, Україна

Фінансові технології, або «FinTech», - це використання технологій для поліпшення та оптимізації фінансових послуг та процесів. Фінансові технології охоплюють широкий спектр інноваційних рішень, які можуть включати: мобільні платежі та грошові перекази; електронні гроші та крипто валюти; розрахункові системи та онлайн-банкінг; аналітику та ризик-менеджмент; розумні контракти та блокчейн технології; інвестиційні та фінансові роботи; кібербезпеку та захист персональних даних.

Ці інновації дозволяють спрощувати та забезпечувати доступність фінансових послуг, зменшувати витрати на їх надання, збільшувати швидкість обслуговування та поліпшувати якість фінансових послуг [1].

Фінансові технології (FinTech) є важливою частиною цифровізації та зазнають стрімкого розвитку в останні роки. Це пов'язано зі зростанням попиту на швидкі та зручні фінансові послуги, які можуть бути надані за допомогою технологій.

Важливим напрямком розвитку FinTech є розробка нових фінансових інструментів та послуг. Це можуть бути онлайн-кредити, інвестиційні платформи, електронні гаманці з можливістю зберігання криптовалют, тощо. Ці інструменти дозволяють людям здійснювати фінансові операції більш ефективно та з меншими витратами. FinTech може допомогти зменшити ризики від фінансових шахраїв та злочинців. Наприклад, використання технологій блокчейну може допомогти забезпечити безпеку транзакцій та зберігання інформації про них.

Блокчейн є децентралізованою системою, що дозволяє безпечно та ефективно передавати та зберігати інформацію. У фінансовому секторі блокчейн може бути використаний для забезпечення безпеки транзакцій та зменшення витрат на операції з переказу грошей [3].

Одним з ключових трендів розвитку FinTech є використання штучного інтелекту та машинного навчання. Завдяки цьому фінансові компанії можуть швидше та ефективніше аналізувати великі обсяги даних та приймати рішення на основі цієї інформації. Наприклад, банки можуть використовувати аналітичні системи на основі машинного навчання для виявлення шахрайства та мінімізації ризиків фінансових втрат.

Усі ці технології можуть допомогти створити більш інноваційну та ефективну фінансову систему, що відповідатиме вимогам цифрової економіки. Однак, важливо розробляти та впроваджувати регулятивні рамки, що забезпечують захист прав та інтересів споживачів та зменшують ризики для фінансової стабільності.

Розвиток FinTech сприяє зростанню конкуренції в фінансовому секторі, що може позитивно впливати на споживачів. З'являється більший вибір фінансових послуг та можливість отримувати їх за більш низькими цінами. Розвиток фінансових технологій в умовах цифровізації дозволяє забезпечити населення швидким та зручним доступом до фінансових послуг, зменшити витрати та ризики, та забезпечити безпеку транзакцій.

Хоча розвиток фінансових технологій (FinTech) має значні переваги, необхідно враховувати і можливі ризики.

Ризики кібербезпеки. Зі зростанням використання технологій у фінансовому секторі, з'являються нові потенційні точки доступу для хакерів і злочинців. Кібербезпека стає все важливішою проблемою для фінансових інституцій, які повинні бути готові до захисту своїх клієнтів і даних від кібератак.

Ризики збитків. Нові технології, такі як блокчейн та криптовалюти, можуть мати високу волатильність та ризик збитків. Це може призвести до збитків для користувачів, які не розуміють ризики інвестування в ці активи.

Нерівність. Нерівність у доступі до фінансових технологій може поглибити нерівність в суспільстві. Люди з низьким доходом, які не мають доступу до банківських послуг або не мають документів для їх отримання, можуть відставати від тих, хто має доступ до фінансових технологій.

Збільшення безробіття. Використання роботів та автоматизація в банківській сфері може призвести до зменшення кількості робочих місць та збільшення безробіття.

Ризик приватності. Використання фінансових технологій може призвести до порушення приватності користувачів. Збір та зберігання даних про фінансові операції може стати джерелом проблем з безпекою та зловживанням даних користувачів.

Ці недоліки необхідно враховувати при розробці та впровадженні фінансових технологій. Для мінімізації ризиків і забезпечення безпеки користувачів фінансові інститути повинні забезпечити належний захист даних, перевіряти безпеку технологій та використовувати кращі практики кібербезпеки [2].

Щоб уникнути нерівності у доступі до фінансових технологій, необхідно забезпечити, щоб всі групи населення мали рівний доступ до цих технологій. Для цього можна розглядати запровадження програм державної підтримки для груп населення з обмеженим доступом до банківських послуг.

Для зменшення ризику збитків користувачі повинні зрозуміти ризики та можливості, пов'язані з використанням фінансових технологій. Інвестори повинні докладати максимум зусиль, щоб добре розуміти технології та ризики, пов'язані з їх використанням.

Щодо ризику приватності, необхідно забезпечити відповідність фінансових технологій вимогам та стандартам захисту даних, таких як GDPR (Загальний регламент про захист даних ЄС) та інші міжнародні стандарти. Користувачі повинні мати можливість контролювати використання своїх даних та відмовитися від їх передачі третім сторонам.

Нарешті, щоб уникнути збільшення безробіття, фінансові інститути повинні забезпечити належну підготовку своїх працівників та переорієнтувати їх на більш високорівневі завдання, що вимагають аналізу та інтерпретації даних, розуміння фінансових технологій та їх впливу на бізнес.

Крім того, необхідно враховувати можливі наслідки введення нових технологій на ринки та діяльність фінансових інститутів. Наприклад, введення нових технологій може призвести до зміни ринкових умов та призвести до зміни збалансованості між різними секторами економіки. Тому необхідно проводити відповідну досліджувальну роботу та планування, щоб уникнути негативного впливу на економіку.

Отже, можна сказати, що розвиток фінансових технологій в умовах цифровізації є невід'ємною складовою розвитку сучасної економіки. FinTech компанії використовують нові технології, такі як штучний інтелект, машинне навчання, блокчейн, інтернет речей та мобільні технології, для забезпечення більш ефективної та зручної фінансової системи.

Однак, для досягнення цієї мети необхідно вирішувати недоліки, пов'язані з безпекою, доступністю, ризиками та приватністю даних. Для цього необхідно залучати кращі практики кібербезпеки, розробляти програми підтримки для груп населення з обмеженим доступом до банківських послуг, забезпечувати відповідність стандартам захисту даних, підготовку персоналу, досліджувальну роботу та планування для уникнення негативного впливу на економіку.

Список використаних джерел:

1.Поченчук Г.М. Фінансові технології: розвиток і регулювання. Економіка і суспільство. 2017. №13. – С. 1193-1200.

2.Семенов А.Ю., Кривич Я.М., Цирулик С.В. FinTech технології: суть, роль і значення для економіки країни. Вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова. Серія: Економіка. 2018. Вип. 2(67). Т. 23. С. 100–105.

3.Тарасюк М.В., Кощев О.О. Інновації в глобальній цифровій сфері: оцінка трансформацій. Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2017. Вип. 131. С. 94–110.

THE EUROPEAN GREEN DEAL IN THE TRANSITION TO A CIRCULAR ECONOMY AND SUSTAINABLE MOBILITY

FELIX TETTEH AGOE, LARYSA LYTVYENENKO

National Aviation University, Ukraine

In the context of implementing the Sustainable Development Goals and ensuring green and smart mobility the European Green Deal lays out a strategy for making the EU's economy more sustainable by transforming climate and environmental concerns into opportunities across different policy sectors and ensuring a comprehensive equitable and inclusive transition. The European Green Deal (EGD) intends to increase resource efficiency by transitioning to a circular economy, as well as to halt climate change, reverse biodiversity loss, and reduce pollution. It covers the necessary investments and finance mechanisms that allow to achieve an equitable and inclusive transformation. The primary goal of the EU Green Deal, which was set in 2019, is for the EU to be the world's first carbon neutral continent before 2050, leading to a greener future, better availability of energy, intelligent transport, employment opportunities and improved living standards. A variety of funding instruments amounting over €1 trillion are in place to implement the EU Green Deal. This investment will support the introduction of policy reforms required for the EU's economic development and climate neutrality.

The European Green Deal is an action plan aimed at improving resource utilisation efficiency through the transition to a greener, circular economy, as well as restoring biological diversity and reducing emissions. It embraces various policy areas. The EU's Green Deal states that a positive outcome of transformation will only be possible if it is carried out in a just and equitable manner. Consequently, a Just Transition Mechanism that concentrates specifically on the most vulnerable regions and industries has been launched. The facility builds on existing EU budgets and the InvestEU programme to deliver €100 billion in financing. It can be accessed by regions and industries that are reliant on traditional fossil fuels or on carbon-intensive production methods [1-3].

The EGD is intended to preserve, maintain and improve the EU's limited resources, natural environment and biodiversity, and also to help safeguard the European citizens' life, health and wellbeing in the face of increasing ecological threats and the effects of global warming. As much as 2% of EU GDP will be spent on making the economy more sustainable, covering such areas as building up and upgrading infrastructure, government purchasing, conducting scientific research and development, and restructuring industry, to meet European environmental commitments. Furthermore, the EGD is committed to heading the charge in the worldwide effort to tackle global environmental issues. At the same time, the Member States of the EU must work together with partners throughout the world to ensure that they are able to deliver on their environmental targets. It will be harder for individual regions, sectors and employees to manage this shift. The EGD will hence apply a balanced and equitable framework to promote a smooth implementation.

The key dimensions of the European Green Deal are provided in Fig. 1.

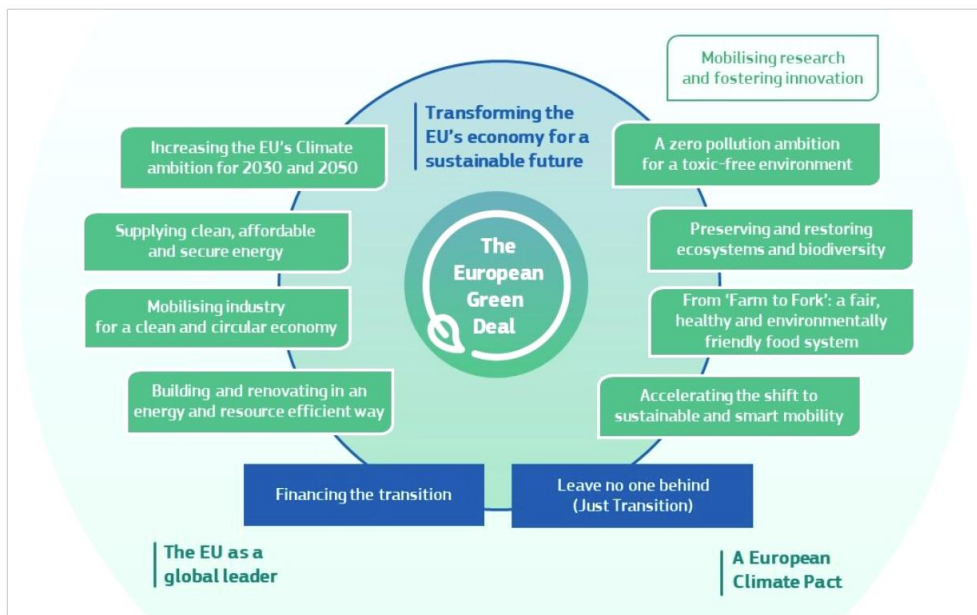


Fig. 1. Policy areas of the EU Green Deal [3]

A selection of the key legislation that the EU Commission proposes to revise in light of the revised emissions reduction target is:

- Green energy. Energy generation and consumption in various industries now constitute over 75% of total greenhouse gas emissions in the EU. The EU's Clean Energy policy intends to decrease emissions through the fostering of a predominantly renewable energy sector and an efficient, resilient, integrated, connected and fully modernised energy market. Through the European Offshore Renewable Energy Strategy, the EU is promoting nearly €800 billion of funding for offshore renewable energy infrastructure and research up to 2050. It is expected to boost the capacity of European offshore wind farms to 300 GW in 2050 compared to the present capacity of 12 GW, and the capacity of European offshore ocean power plants to 40 GW in 2050 compared to the existing 13 MW. Moreover, there is a EU Hydrogen Strategy focusing on the promising opportunities of pure hydrogen to drive towards sustainable energy [2; 3]. The framework encourages innovations in the field of pure hydrogen as well as the deployment of hydrogen cells.

- Sustainable production. Currently, manufacturing is responsible for over 20% of greenhouse gas emissions in the EU. That is why the European Green Deal incorporates measures designed to reinforce ongoing ecological transformation efforts, covering issues such as sustainability of manufacturing and sustainable procurement of primary materials. The Circular Economy Action Plan outlines a range of activities designed to extend the lifespan of products to decrease the demand on natural resources. Among other things, it sets out a Sustainable Products Policy that addresses efforts to facilitate the reuse, repair and integration of recycled materials. Suggestions contain higher recycling performance goals, reporting obligations on environmental footprint, a shift to limits on carbon emissions, and required supply chain verification.

- Construction and repairs. Construction accounts for around 40% of energy usage in the EU and 36% of greenhouse gas emissions from the energy sector. The European Green Deal targets call for greener cities and a more sustainable construction industry.

This is why the Renovation Wave represents a strategy for reconstructing buildings to improve upon existing energy efficiency. Key highlights include the decarbonising heating and cooling systems, addressing the poorest performed construction assets, and refurbishing community facilities including hospitals and school buildings.

- Sustainable mobility. The Sustainable and Smart Mobility Strategy includes efforts to cut transport related pollution, representing 25% of greenhouse gas emissions in the EU. It establishes a framework aimed at transport sector transition in the EU, with a target of 90% emissions reduction before 2050, supported with a smart, highly competitive, safe, available and low-cost transport system.

- Innovation and research form the basis of every pillar of the European Green Deal. Multiple European Green Deal actions necessitate the application of advanced technologies, reshaping financial models and evolving supply chains. A number of R&D projects are to be supported by the Horizon Europe programme, as it has agreed to allocate more than 35% of total budget of €95.5 billion to meet the EU's carbon targets.

- Ensuring fair competition in context of carbon leakage. The European Green Deal calls for a substantial shift in the EU economic model to a lower-carbon one. With that comes the carbon leakage threat. This is defined by the EU Commission as the potential risk that either manufacturing will be moved out of the EU to other countries with smaller carbon reduction commitments or that EU products will be substituted by more high-carbon imports. At present, carbon leakage is managed through the free distribution of allowances under the EU ETS or via compensations to energy-intensive sectors affected as a result of the increased electricity prices caused by the EU ETS carbon pricing [3; 4].

To conclude, in conducting the EU's multilateral environmental dialogue, it is important to be flexible and acknowledge its responsibility. Improving the communication of the climate agenda of the EU will be fundamental to building up backing in other spheres. In view of the global imperative to shift to a truly sustainable future in the next decade, the European Green Deal can be considered as one of the elements of a wider framework for comprehensive reform. In order to deliver a holistic solution that ensures sustained climate security, it will be necessary for the EU to undertake economic revitalisation to build system resilience. The EU must search for methods to include habitat conservation into its foreign policy. The European Green Deal has begun to reassess the EU economics; at this point, it must reform a model of economics that neglects the environment beyond the EU.

References

1. The European Green Deal. European Commission, COM/2019/640. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52019DC0640>

2. A Clean Planet for all. European Commission. COM/2018/773. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52018DC0773>

3. The EU Green Deal. URL: <https://www.switchtogreen.eu/the-eu-green-deal-promoting-a-green-notable-circular-economy/>

4. Zero pollution action plan. URL: https://environment.ec.europa.eu/strategy/zero-pollution-action-plan_en.

**ГРОШОВО-КРЕДИТНА ПОЛІТИКА ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКУ У
ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ**

ВІКТОРІЯ БІЛОШАПКА

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
Україна*

Ускладнення архітектури глобального фінансового ринку призводить до його нестабільності і, відповідно, підвищення ймовірності настання глобальних фінансових криз. Для управління цими процесами та мінімізації їх негативного впливу на економічну динаміку необхідно формувати цілісну стратегію грошово-кредитної політики як найдієвішого інструменту забезпечення сталого розвитку економіки.

Фінансова глобалізація зменшила можливості держави контролювати економічні та фінансові операції. І саме інструменти грошово-кредитної політики за умови вибору вірних стратегічних орієнтирів здатні чинити дієвий вплив на економіку.

Головним критерієм ефективності грошово-кредитної політики є надійне функціонування монетарного трансмісійного механізму. Завдяки йому рішення центрального банку у сфері грошово-кредитної політики передаються у фінансовий сектор та економіку в цілому і, насамперед, впливають на стан грошового ринку, динаміку цін та економічне зростання. Монетарний трансмісійний механізм сприяє реалізації основних цілей центрального банку, дає можливість підтримати стабільність банківської системи та забезпечує передачу монетарних імпульсів до суб'єктів господарювання. Тому центральні банки провідних країн світу приділяють значну увагу прийняттю рішень щодо грошово-кредитної політики та функціонування монетарного трансмісійного механізму. Для забезпечення сталого розвитку економіки необхідна низька та стабільна інфляція. Тому активізація монетарного трансмісійного механізму для забезпечення цінової стабільності є одним із ключових завдань діяльності центрального банку.

Більш практичним та наближеним до діяльності центрального банку можна вважати визначення трансмісійного механізму як системи взаємозв'язків, що відображає, яким чином дії монетарної влади впливають на досягнення операційної, проміжних та стратегічних цілей монетарної політики. Наголос робиться на ключових завданнях та безпосередніх функціях діяльності центрального банку.

Тобто монетарний трансмісійний механізм не є самоціллю, він функціонує в рамках монетарного режиму, для якого характерні певні правила та операційні процедури, а кінцевою метою є забезпечення центральним банком цінової стабільності і сприяння сталому розвитку економіки.

Великий позитивний досвід практичного застосування закономірностей та переваг монетарного трансмісійного механізму накопичено у Великій Британії, Польщі, Словаччині, Чехії, Японії та багатьох інших країнах. У практиці

діяльності провідних центральних банків питанням функціонування монетарного трансмісійного механізму приділяється надзвичайно велика увага. Так, фахівці ЄЦБ розглядають цей механізм у контексті реалізації монетарної стратегії, під якою розуміють загальний підхід проведення центральним банком грошово-кредитної політики [1]. Відповідно до такого підходу, монетарна стратегія ЄЦБ включає кількісне визначення головної мети цінової стабільності та аналітичну структуру, яка ґрунтується на двох фундаментальних принципах – економічному та монетарному аналізі. На цих двох видах аналізу ґрунтуються розробка та реалізація Європейським центральним банком рішень щодо загальної оцінки ризиків для цінової стабільності та монетарної політики.

Вважається, що вперше термін «трансмісійний механізм» щодо фінансово-кредитної сфери запропонував Дж.М. Кейнс. Дослідження питань монетарного трансмісійного механізму особливо активізувалися у 1980-1990-х роках. За цей час збудовано багато теоретичних моделей трансмісійного механізму, проте практика показує, що це поняття є багатограним та комплексним, а його зміст і внутрішні взаємозв'язки постійно змінюються та оновлюються залежно від конкретних економічних умов кожної країни.

Ключовим елементом трансмісійного механізму є офіційні процентні ставки, які на першому етапі впливають на ставки грошового ринку та формують ринкові очікування, на другому – позначаються на грошовій масі, цінах активів та валютному курсі, на третьому – зумовлюють зміну попиту та пропозиції на ринках товарів та праці, зовнішніх та внутрішніх цін, а також рівня заробітної плати. На завершальному етапі відбувається зміна цін та реалізуються механізми забезпечення цінової стабільності.

Використання центральними банками монетарного трансмісійного механізму з метою забезпечення цінової стабільності залежить від умов країни. Якщо у 2000-х роках для багатьох країн було актуальним стримування інфляції, сьогодні окремі країни вимушені проводити політику кількісного та кредитного пом'якшення з метою подолання дефляції та стимулювання економічного зростання.

На відміну від ЄЦБ, основними каналами дії нестандартних заходів ФРС США, Банку Англії та Банку Японії став канал цін активів (придбання значних обсягів проблемних цінних паперів, переважно іпотечних) та канал очікувань. Тому, на думку Ф. Кора-Тіманна, вищезазначені центральні банки увагу приділяють стабілізації роботи фінансового ринку, а ЄЦБ – покращенню умов фінансування та кредитування нефінансових корпорацій та населення, що обумовлено необхідністю забезпечення з боку ЄЦБ рівного підходу до застосування нетрадиційних заходів у різних країнах єврозони [2].

ЄЦБ систематично контролює циклічні та структурні зміни зони євро, що відбуваються в банківському секторі та інших фінансових секторах, а також всього ЄС з метою ідентифікації порушень, а також оцінки витривалості фінансової системи. Отже, система єдиного регулятора фінансового сектора у країнах ЄС стала переважаючою. При цьому спостерігається тенденція до посилення ролі центрального банку.

В свою чергу, приклад Японії демонструє недостатньо ефективний вплив центрального банку на реальний сектор економіки через інструментарій монетарного регулювання. Кризу японської економіки у 90-х роках минулого століття пов'язують саме із недосконалістю грошово-кредитної політики центрального банку, яка була спрямована на підтримку державної промислової політики. Отже, справедливим виглядає висновок, що процентна політика має стимулювати зростання економіки в цілому, сприяючи посиленню загальної конкуренції без надання переваг будь-яким суб'єктам підприємницької діяльності, у тому числі державним.

Грошово-кредитна політика центрального банку потребує модифікованого підходу, що буде стійким до раптових та несподіваних змін у макроекономічному сценарії. Інструменти та заходи грошово-кредитної політики, які виявляються ефективними в одному макроекономічному середовищі, можуть мати непередбачені наслідки, коли умови раптово змінюються. Очікування щодо майбутньої інфляції як домашніх господарств, так і фінансових ринків, мають вплив як на умови сукупного попиту, так і на ціни фінансових активів. Разом з тим, більш прозора і зрозуміла для населення грошово-кредитна політика зміцнює репутацію центрального банку, допомагає йому успішно керувати інфляційними очікуваннями та в цілому дозволяє грошово-кредитній трансмісії працювати краще[3]. І це потрібно враховувати центральному банку, який націлений сприяти сталому розвитку економіки. Важливим завданням центрального банку в сучасних реаліях має виступити орієнтація на економічне зростання як на один із ключових орієнтирів. На наш погляд, цілі центрального банку не можуть обмежуватися лише підтримкою функціонування фінансових ринків чи банківської системи. Перехід до цілей, спрямованих на стимулювання сталого розвитку економіки, є доволі очікуваним і буде позитивно сприйнятий і фінансовим ринком, і суспільством.

Список використаних джерел

1. Micossi S., 2015. The monetary policy of European Central Bank (2002-2015) // CEPS Special Report, № 109. May.
2. Cour-Thimann Ph. The ECB's non-standard monetary policy measures the role of institutional factors and financial structure / Ph. Cour-Thimann, B. Winkler // Working Paper, 2013. № 1528. April. 44 p. URL: http://www.thehawktrader.com/ita/paper/ECB_nonstandardMonetaryPolicy.pdf/ (дата звернення 6.04.2023).
3. Weber C. S. Central Bank Transparency and Inflation (Volatility) – New Evidence. 47. International Economics and Economic Policy, 2018, vol. 15, no. 1, pp. 21-67.

ЕЛЕКТРОННІ ГРОШІ В УКРАЇНІ: ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ

РУСЛАНА БАРАБАЛЮК, ОЛЕКСАНДР ГАРБУЗ

Буриштинський енергетичний фаховий коледж ІФНТУНГ, Україна

Електронні гроші є одним з найбільш інноваційних видів грошових засобів та досить динамічно розвивається. Україна, як і більшість країн світу, стикається зі зростаючою популярністю цього виду платіжних засобів. У зв'язку з цим виникає необхідність розуміння економічної сутності електронних грошей та їх впливу на економіку країни.

Електронні гроші - це цифрові платіжні засоби, які зберігаються на електронних засобах зберігання, таких як карти, мобільні телефони та інші пристрої. Вони забезпечують безготівкові операції з використанням мережі Інтернет, що дозволяє використовувати їх в будь-який час та в будь-якому місці з доступом до Інтернету.

Однією з основних переваг електронних грошей є їх швидкість та зручність використання. Вони дозволяють швидко та легко здійснювати безготівкові операції, що сприяє розвитку електронної комерції та зменшенню залежності від готівкових операцій. Крім того, використання електронних грошей може зменшити витрати на операції з обігом готівки та зменшити ризик викрадення готівки.

Україна вважається однією з країн, які активно розвивають систему електронних платежів. У 2002 році Україна запровадила систему «Prostir», що дозволяє безготівково оплачувати товари та послуги [1]. У 2021 році уряд запровадив держпрограму «Підтримка», що передбачала виплату 1000 грн громадянам, які пройшли повний курс вакцинації від COVID-19 [2]. Вона працювала в Дії і дозволяла використовувати мобільні телефони як засіб безготівкових операцій. Їх можна було використати тільки на театри, кіно, музеї, спортзали, концерти, книги, внутрішні перевезення. Гроші, надані за цією програмою, не можна було переказати на іншу карту чи зняти готівкою. В період повномасштабного вторгнення росії, українці масово донатили ці кошти на ЗСУ.

Впровадження електронних грошей в Україні має значний вплив на економіку країни. Вони дозволяють збільшувати ефективність платіжних операцій та зменшувати витрати на обіг готівки. Це, в свою чергу, сприяє збільшенню швидкості та безпеки платежів, зменшенню фінансових витрат та ризиків, пов'язаних зі зберіганням та обігом готівки. Крім того, електронні гроші забезпечують можливість здійснювати безготівкові операції за межами України, що є важливим фактором для розвитку міжнародної торгівлі.

Щоб система електронних грошей була ефективною, необхідно дотримуватися правил безпеки щодо здійснення онлайн-операцій та захисту персональних даних користувачів. Також важливо забезпечити широку доступність електронних грошей та їх прийняття всіма учасниками економічних відносин.

Якщо говорити про електронні гроші, то їх безумовно є чимало переваг, але також і деякі недоліки, які необхідно враховувати. Декілька найбільш поширених недоліків електронних грошей:

Ризик кібератак. Оскільки електронні гроші зберігаються в інтернеті, вони стають предметом кібератак і шахрайства. Якщо зловмисникам вдасться доступитися до електронного гаманця користувача, то вони можуть вкрати кошти без можливості повернення.

Одноразові паролі. Деякі електронні гаманці використовують одноразові паролі, що може стати проблемою для тих, хто часто забуває свій пароль.

Низька захищеність. Деякі електронні гаманці можуть бути менш захищені, ніж інші. Це може стати проблемою, якщо зберігати велику суму грошей на рахунку.

Відсутність фізичного грошового еквіваленту. Оскільки електронні гроші є цифровими, вони не мають фізичного еквіваленту. Це може стати проблемою, якщо потрібно використати гроші в магазині або іншому закладі, який не приймає електронні платежі.

Високі комісійні. Деякі електронні гаманці можуть стягувати високі комісійні за виконання операцій, таких як переказ коштів на інший рахунок або зняття грошей з гаманця.

Ці недоліки не означають, що електронні гроші неефективні або небезпечні, проте важливо враховувати їх та перевіряти надійність та безпеку електронних гаманців. Найкращим рішенням є поєднання різних методів платежу.

Електронні гроші також мають потенціал збільшення фінансової інклюзивності, тобто можливості отримання фінансових послуг для широкого кола населення, включаючи тих, хто раніше не мав доступу до банківських послуг. Це може бути особливо важливим для людей, що проживають у віддалених або малозаселених районах, де банківська мережа не належить до найрозвиненіших.

Отже, електронні гроші є важливим кроком в розвитку економіки України, оскільки вони забезпечують зручність та ефективність безготівкових платежів, зменшують витрати на обіг готівки та можуть збільшити фінансову інклюзивність. Проте, необхідно забезпечити безпеку платежів та персональних даних користувачів, а також широку доступність системи для всіх учасників економічних операцій.

Список використаних джерел

1 Своя платіжна система: скільки «ПРОСТОРУ» потрібно українцям. URL: <https://www.epravda.com.ua/projects/interkassa/2021/04/26/673180/> (дата звернення: 18.04.2023)

2 «Підтримка в Дії»: Уряд схвалив постанову щодо виплат 1000 грн від держави. URL: <https://diia.gov.ua/news/ypidtrimka-v-diyi-uryad-shvaliv-postanovu-shchodo-viplat-1000-grn-vid-derzhavi> (дата звернення: 19.04.2023)

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ ОЛЕНА КІРДІНА, ОЛЕНА СТЕШЕНКО

Український державний університет залізничного транспорту, Україна

Інвестиційна діяльність безпосередньо пов'язана з функціонуванням фондового ринку. Ринок капіталу є сферою звернення фондових цінних паперів, які створюють фондові цінності – грошовий капітал. На цьому ринку функціонують портфельні(фінансові) інвестиції, призначені для придбання цінних паперів.

Специфічною рисою фондового ринку України є те, що його структура істотно відрізняється від структури фондових ринків країн ЄС, оскільки характеризує економічний потенціал країни. Це пояснюється тим фактором, що основна доля капіталів обертається в сировинному секторі. Те, за рахунок чого формується бюджет, і те, що затребувано світовим ринком, формує і внутрішній фондовий ринок. На сучасному етапі вітчизняний фондовий ринок не демонструє тенденції переходу інвестиційних інтересів до високотехнологічних несировинних галузей. Виняток становлять вкладення українських інвесторів в подібні активи за межами нашої країни.

24 лютого 2022 року у зв'язку з військовою агресією РФ проти України Указом Президента України був введений воєнний стан. Національна Комісія з цінних паперів та фондового ринку прийняла рішення призупинити всі операції на ринку цінних паперів. Це зробили, аби запобігти панічним діям, які могли б обвалити ринки та позбавити можливості їх повноцінної роботи в майбутньому, а також щоб зберегти дані та права власності. Окрім того, «заморожування» ринків допомогло шукати, заарештовувати через суди й вилучати активи, пов'язані з РФ та Білоруссю, і обмежувало для тамтешніх компаній можливість вести бізнес в нашій країні. З 8 серпня 2022 р Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку знімає майже всі обмеження на здійснення операцій на ринках капіталу та організованих товарних ринках. Інша річ, що, за оцінками більшості експертів, довоєнний «повний обсяг» – ніщо інше, як «зародковий стан» цього сегмента вітчизняної економіки. Певно, тому й новина про відкриття ринку, доступ до якого було понад п'ять місяців заборонено, залишилася майже непоміченою в інформаційному просторі. В експертному ж середовищі вона стала приводом для обговорення шляхів подальшого розвитку фондового ринку в Україні та особливостей його роботи в умовах російської агресії[1].

На протязі 2022 р – початку 2023 р. в обігу знаходяться тільки так звані військові (емітовані у період військового часу) облігації внутрішньої державної позики (ОВДП) з фіксованою дохідністю, що встановлюється Міністерством фінансів України та яка знаходиться на рівні 9,5–11%. Банківський сектор України віддає перевагу вкладанню коштів в державні облігації та депозитні сертифікати НБУ, які забезпечують йому високу прибутковість і безризиковість. Війна обмежила спрямування дефіцитних бюджетних коштів на інвестиційні потреби. Планом державного бюджету на 2022 рік передбачено

виділення близько 100 млрд грн інвестицій, що становить лише 70% від рівня 2021 року або 2% ВВП. Низька інвестиційна активність держави також пов'язана із високою вартістю позичкових коштів на внутрішньому ринку. Підвищення облікової ставки НБУ призвело до зростання ставок ОВДП з 10% до 20% річних[2].

Аналізуючи події ХХ століття, можна відзначити що стан фондового ринку залежав від того, чи виграла економіка певної країни у світових війнах та кризах чи прогнала. У країнах, яких Перша та Друга світові війни торкнулися меншою мірою, акції мали річну прибутковість 6,5%, а державні облигації – 1,8% реального прибутку. Векселі також виявилися прибутковими у цих регіонах. До таких країн відносяться Австралія, Ірландія, Швейцарія, Канада, Швеція, США та Великобританія. Враховуючи те, що минуле століття принесло світові війни, гіперінфляцію, ці цифри вражають. Варто зауважити, що, порівнюючи дві світові війни минулого століття, показники падіння ціни акцій абсолютно різні. Під час Першої світової війни цінні папери впали у ціні на 12%, а після Другої світової війни німецькі акції втратили 66%[3].

Нажаль сучасна війна відтермінувала становлення вітчизняного фондового ринку. Зараз залучення додаткових коштів на інвестиційний розвиток підприємств переважно асоціюється не з ринком позичкового чи акціонерного фінансування, а з отриманням державних субсидій, міжнародних грантів, або ж навіть із націоналізацією.

Для подальшого розвитку інвестиційного процесу на фондовому ринку України і підвищення його конкурентоспроможності необхідно розвивати наступні механізми:

- 1) активізація участі вітчизняного фондового ринку в міжнародних інвестиційних процесах;
- 2) проведення конкретних дій щодо зміни в структурних, юридичних і операційних аспектах для формування загальносвітового інвестиційного простору;
- 3) впровадження нових інвестиційних інструментів, які сприяють підвищенню швидкості руху капіталів.

Список використаних джерел

- 1 Відновлення фондового ринку. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3547626-vidnovlenna-fondovogo-rinku-pozitiv-dla-investoriv-ta-riziki-dla-derzzapozicen.html> (дата звернення 13.03.2023)
- 2 Аналітичні дані щодо розвитку фондового ринку. URL: <http://www.ssmc.gov.ua/fund/analytics> (дата звернення: 14.03.2023).
- 3 Мацелюх Н. П. Індикатори розвитку фондових ринків та виклики для України. Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування. 2019. Вип. 3. С.144–154.

ЗАОЩАДЖЕННЯ ДОМОГОСПОДАРСТВ: МОТИВИ ТА ФОРМИ

ЮЛІЯ ГАРКУША

Одеський національний економічний університет, Україна

Одним зі стратегічних ресурсів банківської системи є заощадження населення, що включають вклади на депозитних рахунках, цінні папери, наявні заощадження в національній та іноземній валютах, а також інші, менш популярні, форми заощаджень домашніх господарств. Саме заощадження населення являються суттєвим джерелом банківських ресурсів, які через відповідний перерозподільний механізм можуть перетворитися в інвестиційний ресурс розвитку національної економіки.

На обсяг накопичених заощаджень впливають як економічні, так неекономічні фактори. До економічних факторів належить рівень доходів домогосподарства, наявність у них товарів тривалого користування та мотиви заощаджень. До психологічних та соціальних факторів – схильність членів домогосподарства до заощадження та до ризику, рівень довіри до держави та фінансових інститутів, досвід фінансової поведінки у минулому та його суб'єктивна оцінка, оцінка поточної ситуації в країні та її перспектив, знання основних фінансових інструментів та поінформованість про можливості вкладення коштів, інформаційні джерела, що використовуються при прийнятті рішень, фінансова грамотність населення [1, с. 229-230].

При аналізі формування заощаджень варто враховувати мотивацію суб'єктів цих процесів. Адже саме вплив зовнішнього економічного середовища визначає, який саме мотив заощаджень домогосподарств буде домінуючим: період прогнозування, рівномірне споживання протягом усього періоду життя тощо. Основні мотиви заощаджень зображені на рис. 1.

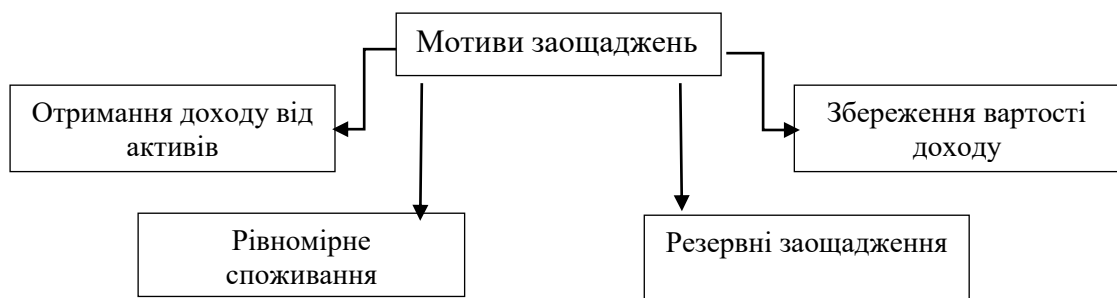


Рисунок 1 Основні мотиви заощаджень

Джерело: [2, с. 47]

Слід зауважити, що за стабільної соціально-економічної ситуації в країні, а саме: можливості прогнозування основних макроекономічних показників та прогнозування поступового зростання доходів і рівня життя населення, домінуючими будуть мотиви рівномірного споживання та резервні заощадження. За умов підвищеного ризику та непрогнозованості процесів в економіці, населення буде віддавати перевагу зберіганню коштів у вигляді готівки [2, с. 47].

Роздрібні банківські послуги, до складу яких відносяться вклади (депозити) фізичних осіб, мають відносно менші ризики, тому банки, які є лідерами на ринку депозитів, мають більш високий ступінь фінансової стійкості. Адже на відміну від корпоративних клієнтів (підприємств) в сегменті клієнтів – фізичних осіб існує значний потенціал зростання. Тож для формування ресурсної бази банків необхідно активізувати процес акумуляції вільні заощаджень населення [3, с. 365].

Сформовані у достатньому обсязі фінансові ресурси дозволяють банкам здійснювати активні операції з метою отримання максимального прибутку, диверсифікуючи при цьому ризики. Основна частина банківських ресурсів, як відомо, утворюється за рахунок заощаджень фізичних осіб, від ефективної і правильно організації яких залежить, стійкість функціонування будь-якої кредитної організації.

Трансформація заощаджень населення у банківські депозити є досить простим механізмом. Однак, його ефективність залежить від наявності у банків дієвих інструментів стимулювання заощаджень, таких як достатній рівень відсоткової ставки закладами, зручність депозитного обслуговування, надійність та стабільність банку, маркетингові стратегії залучення клієнтів, розвинений менеджмент, дієвий фінансовий консалтинг тощо. Також перетворення вкладів фізичних осіб у банківський ресурсний потенціал вимагає ефективної роботи фронт-офісів із клієнтами та бек-офісів у сфері управління активами та пасивами. Управління сформованою ресурсною базою банків перш за все має на меті розміщення наявних коштів у надійні та прибуткові проекти.

На сьогодні банки заохочують своїх клієнтів не лише вкладати власні заощадження на депозитні рахунки, а й пропонують їм альтернативні банківські продукти, які також дають можливість отримати дохід. Зокрема це операції з купівлі облігацій внутрішньої державної позики. Також формами залучення заощаджень домогосподарств є депозитні сертифікати та вкладення заощаджень у дорогоцінні метали. Кожен з напрямків інвестування заощаджень населення мають свої переваги та недоліки, які необхідно враховувати у процесі розміщення власних коштів.

Список використаних джерел

1. Ватаманюк О.З. Заощадження в економіці України: макроекономічний аналіз: [монографія] / О.З. Ватаманюк. – Львів: Видавничий центр Львівського національного університету імені Івана Франка, 2007. – 536 с.

2. Степанова А. Заощадження домогосподарств як важливий інвестиційний ресурс країни. Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. 2012. №136. С. 45-49.

3. Вятрова І.М., Морозов О.В. Заощадження населення як джерело банківських ресурсів: сутність, стан і перспективи. Бізнес Інформ. 2020. №12. С. 355-361. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-12_0-pages-355_361.pdf

БЮДЖЕТНА ПОЛІТИКА ЯК ЗАПОРУКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

СВІТЛАНА ДЖЕРЕЛЕЙКО

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, Україна

Нові вектори сталого розвитку економіки зумовлюють необхідність формування нових фінансових відносин у всіх галузях та сферах діяльності. Бюджетна політика, є важливим компонентом фінансової політики держави, що відображає усі її фінансові відносини із суспільними інститутами та громадянами, та активним інструментом економічної та соціальної розвитку держави.

З огляду на конкретну соціально-економічну і політичну ситуацію та наявну стратегію соціально-економічного розвитку країни бюджетна політика може передбачати різний ступінь перерозподілу національного доходу держави за допомогою бюджету, більший чи менший рівень централізації фінансових ресурсів у рамках бюджетної системи, посилення чи послаблення регламентації використання бюджетних коштів, пріоритетність бюджетного фінансування тих чи інших заходів, вибір шляхів досягнення збалансованості бюджетних доходів і видатків тощо. Бюджетна політика змінюється і корегується залежно від тих завдань, що постають перед державою на певних етапах її розвитку.

Бюджетна політика нерозривно поєднана з розвитком держави. Тому важливою передумовою для розробки оптимальної моделі бюджетної політики та ефективного механізму її реалізації є необхідність врахування зовнішніх і внутрішніх чинників.

До зовнішніх чинників треба віднести залежність держави від економічних взаємовідносин з іншими державами щодо поставок палива, сировини, матеріалів, обміну технологіями, експортних можливостей самої держави, її інтеграції зі світовими системами тощо.

До внутрішніх чинників, які суттєво впливають на бюджетну політику, можна віднести:

- економічні – пов'язані з макроекономічними процесами, що відбуваються в сфері суспільного виробництва;
- соціальні – пов'язані з особливостями відтворення робочої сили та населення країни в цілому, це перш за все: кошти на освіту, охорону здоров'я, соціально-культурні заходи, соціальний захист населення, обсяг і рівень заробітної плати тощо;
- політичні – пов'язані із забезпеченням обороноздатності держави і підтримкою внутрішнього правопорядку, укріплення законодавчої та виконавчої влади.

Проблема взаємозв'язку між зовнішніми та внутрішніми чинниками, які впливають на бюджетну політику, полягає в тому, наскільки вони сприяють зростанню ВВП, нарощуванню та ефективному використанню фінансових ресурсів, формують ідеологію бюджетної політики.

Безумовно, основним фактором який зараз впливає на бюджетну політику України є повномасштабне вторгнення росії і відповідно військові дії на вході країни. Ці зміни стосуються:

- коректування бюджетних видатків і перерозподіл бюджетних коштів, сектор оборони і безпеки є безумовно пріоритетним, зараз на нього припадає близько 60% бюджетних видатків, і ця цифра має всі передумови до зростання;

- перегляд бюджетних доходів, в 2022 році падіння ВВП орієнтовано склало 35%, відповідно зменшення податкових та інших надходжень бюджету і зумовлений цим його дефіцит на рівні 30%;

- секвестрування бюджетних видатків, практично всі їх статті за винятком фінансування оборони і безпеки були зменшені;

- зростання важливості міжнародних позик і грантового фінансування для збалансування бюджету, зараз їх частка складає 45% і потреба на 2023 рік складе за розрахунками Міністерства фінансів України складе 38 мільярдів доларів[1];

- складнощі здійснення фінансового планування, відповідно всі закладені у бюджеті на 2023 рік макрофінансові показники будуть коригуватися у місячній проекції [2].

Відповідно, головним чинником сьогодишньої бюджетної політики є військові дії, що призвели до зростання оборонних видатків, бюджетного дефіциту і зовнішнього фінансування бюджету країни.

Таким чином, бюджетна політика є важливим інструментом державного регулювання суспільного розвитку, оскільки в процесі її формування визначаються основні напрямки використання бюджетних коштів, що спрямовані на розв'язання завдань, які є актуальними для суспільства на даному етапі розвитку. Бюджетна політика відображає суспільні інтереси та допомагає державі виконувати свої функції та завдання, які визначаються бюджетним процесом і включає в себе визначення цілей і завдань у сфері державних фінансів, розробку механізму наповнення дохідної частини бюджету, вибір напрямів використання бюджетних коштів, управління фінансами в бюджетній сфері та застосування фінансово-бюджетних інструментів для регулювання економічних та соціальних процесів. З огляду на ідею сталого розвитку, нові суспільні інтереси повинні бути центральними при визначенні напрямків оптимізації та ефективного використання фінансових ресурсів держави.

Список використаних джерел:

1. Сайт BBC Україна URL:
https://www.bbc.com/ukrainian/news63475606?at_custom3=BBC+News+Ukraine&at_campaign=64&at_custom2=facebook_pagemedium=custom7&at_custom1=%5Bpost+type%5D&fbclid=IwAR3j22WecnKu9g1GpEWG6G_g_NMsuMd48tiDYJkYGg9K639ozAvPzrle2vg

2. Фінансування Державного бюджету України з початку повномасштабної війни. Офіційний портал Міністерства фінансів України. URL:
https://mof.gov.ua/uk/news/ukraines_state_budget_financing_since_the_beginning_of_the_full-scale_war-3435

ФУНКЦІОНУВАННЯ ФОНДОВОГО РИНКУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

ЛЮДМИЛА ДОЛОКА, КАТЕРИНА ЖУРАВЕЛЬ

Черкаський державний бізнес-коледж, Україна

Фондовий ринок є одним з найважливіших складових українського фінансового ринку та одним з головних показників економічного стану України, який різко реагує на зміни кон'юнктури.

В Україні завжди питання створення та розвитку ефективно функціонуючого фондового ринку було доволі актуальним, але під час війни воно стало ще більш важливішим, так як необхідно залучати багато коштів для забезпечення необхідними інвестиційними ресурсами економіки країни, підтримувати стан та розвиток економіки. Але у зв'язку з військовою агресією російської федерації фондовий ринок зазнав значних змін, тому державою були введені деякі корективи для підтримки ефективного функціонування бірж.

Тож, згідно з пунктом 5 Розділу 1 Положення про функціонування фондових бірж фондова біржа набуває статусу юридичної особи в порядку, відповідно до законодавства України, та здійснює діяльність з організації торгівлі на фондовому ринку на підставі ліцензії, що видається Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку у встановленому порядку [1].

Кожна фондова біржа має веб-сайт, на якому оприлюднюється перелік її членів, учасників торгівлі та їх уповноважених представників, який містить різні дані, такі як найменування, код за ЄДРПОУ члена біржі, місце, номер телефону, факсу та e-mail члена біржі, також номер, дату видачі та термін дії ліцензії торговця цінними паперами та дату набуття статусу члена фондової біржі. Біржі розраховують фондові індекси кожного торгового дня та оприлюднюють їх на своїх сайтах [1].

Однак, під час дії воєнного стану Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку дозволила емітентам цінних паперів не оприлюднювати вказану вище інформацію, задля збереження даних емітентів та ефективної діяльності бірж.

На сьогоднішня Україна має 11 фондових майданчиків, з головними офісами в Дніпрі, Миколаєві і Києві, але лише три з них забезпечують майже 99,9% обсягу прибутку з цінними паперами на фондовому ринку. Це «Українська біржа», «ПФТС» і «Перспектива» [2].

На даний момент в Україні функціонує одна державна фондова біржа – ПАТ «Українська біржа», заснована в 2008 році. Вона має офіційний статус основної фондової біржі України та займає провідні позиції на українському фондовому ринку. Займається організацією торгівлі акціями, облігаціями, деривативами, а також іншими фінансовими інструментами.

ПАТ «ПФТС» - це одна з найбільших фондових бірж в Україні. Біржа була заснована в 1996 році. ПАТ «ПФТС» є членом Федерації європейських фондових бірж (FESE) та має міжнародний статус, що дає можливість для співпраці з

іншими біржами та фінансовими установами за кордоном. Крім того, біржа активно співпрацює з банком України та іншими регуляторними органами для забезпечення правильної роботи фінансового ринку в Україні.

Фондова біржа цінних паперів «Перспектива» заснована у 2006 році та має головний офіс у Дніпрі. «Перспектива» є єдиною з фондових бірж України, особливістю якої є українські бенефіціари, розробка власного програмного забезпечення, а також активне використання системи електронного документообігу (ЕДО) та електронного цифрового підпису (ЕЦП).

В цей складний період для України як ніколи потрібні кошти, тому одним із способів залучення коштів є військові облигації. Їх розміщення розпочалося після прийняттям урядом України постанови «Про випуск облигацій внутрішньої державної позики «Військові облигації» від 25 лютого 2022 р. №156 [3].

Згідно із Законом України «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки» військові облигації – цінні папери, що випускаються на внутрішніх ринках капіталу і підтверджують зобов'язання України щодо відшкодування своїм пред'явникам номінальної вартості облигації разом з відсотками, відповідно до умов розміщення [4].

Гроші надходять у Державний бюджет з метою покриття його дефіциту та вони будуть використані для забезпечення потреб держави у військовій сфері. Крім того, ці кошти спрямовуються на безперебійне забезпечення фінансових потреб країни – як соціальних, так і оборонних – в умовах воєнного стану.

Придбати військові облигації можливо за долари, гривні, чи євро лише через банки та брокерські компанії, які мають ліцензію на таку діяльність. Дізнатися про їх перелік можна на сайті Міністерства Фінансів. Придбати облигацію можливо як у відділеннях банків, так і в мобільних додатках. Зокрема, цю послугу надають такі банки як Приват банк, Альфа банк, Укргазбанк, Monobank, брокери ICU, Univer Capital, BTC Broker і Dregon Capital та ін. Також є можливість легко та зручно подавати заявки на купівлю облигацій через мобільний додаток «Дія».

Держава може погасити облигацію, тобто повернути гроші з відсотками, залежно від терміну, який може варіюватися від 6 місяців, 1 або 1,5 року. До того ж від терміну погашення залежить дохідність облигації, чим він більший, тим вищий відсоток дохідності (в середньому 9-11% річних у гривні) [5].

Тож, громадяни мають можливість підтримати свою країну під час надзвичайно складного періоду для України – війни, позичаючи гроші уряду, тобто купуючи військові облигації. При цьому вкладена сума повернеться з відсотками через певний проміжок часу - повернення 100% гарантується Міністерством фінансів.

Дохід від цих цінних паперів не оподатковується. Також при покупці облигацій банк не перевіряє походження готівкових коштів, але лише за умови, якщо сума не є більшою за 400 000 гривень [5].

Покупцями розміщеними на внутрішньому фондовому ринку військових облигацій можуть бути громадяни України та іноземці. Міністерство Фінансів пропонує ринку чотири види військових облигацій у гривні, по одному в євро та доларах США. Номінальна вартість облигації становить 1000 гривень. Однак фактична ціна може бути нижчою або вищою. Наприклад, одна облигація, кошти

за яку держава обіцяє повернути за півроку, коштуватиме приблизно 962,91 гривні. А облігація з датою погашення через рік — в районі 1052,53 гривні. Двомісячна короткострокова облігація приносить 9,5%, а півторарічна – 11,5%. Ті, хто купують облігації в доларах і євро, мають найнижчі відсотки від 2,5% до 3,7% [6].

На першому аукціоні Мінфін продав облігацій на 8,1 мільярд гривень. Після цього суми змінювались від 26 квітня та 24 травня до 13 мільярдів гривень до аукціону 7 червня, на якому було викуплено 810 мільйонів військових облігацій.

Варто відмітити, що порядок придбання облігацій військової державної позики під час воєнного стану доволі простий. Повернення інвестицій та виплата коштів військової облігації гарантується державою та Національним банком, отриманими з державного бюджету. Національний банк веде облік цих облігацій і виступає депозитарієм.

Отже, стабільне функціонування фондової біржі свідчить про зрілість і розвиненість економічної системи будь-якої країни в цілому, тому фондові ринки відіграють дуже важливу роль у розвитку економіки кожної країни. В умовах воєнного стану в українську економіку як ніколи необхідно залучати додаткові кошти і найбільш актуальним рішенням, яке буде користуватися попитом в українців стало - випуск та продаж військових облігацій.

Список використаних джерел

1. Про затвердження Положення про функціонування фондових бірж. Рішення Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку від 22.11.2012 № 1688. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z2082-12#Text> (дата звернення 08.04.2023 р.)

2. Фондові біржі в Україні та світі: що це і як працює. URL: https://education.24tv.ua/fondovi-birzhi-ukrayini-sviti-shho-tse-yak-pratsyujeostanni-novini_n1621860 (дата звернення 10.04.2023 р.)

3. Військові облігації — можливість кожному підтримати країну. URL: <https://yur-gazeta.com/dumka-eksperta/viyskovi-obligaciyi--mozhlivistkozhnomu-pidtrimati-krayinu.html> (дата звернення 11.04.2023 р.)

4. Про ринки капіталу та організовані товарні ринки Закон 23.02.2006 № 3480-IV URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3480-15> (дата звернення 14.04.2023 р.)

5. Українські банки продають військові облігації. Що це і як працює? URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2022/04/29/ukrayinskibanky-prodayut-vijskovi-obligacziyi-shho-cze-i-yak-praczyuye/> (дата звернення 15.04.2023 р.)

6. Інвестиція у поразку Росії. Як купити військові облігації і чи можна на них заробити? URL: <https://suspilne.media/252788-investicia-u-porazku-rosii-ak-kupiti-vijskovi-obligacii-i-ci-mozna-na-nih-zarobiti/> (дата звернення 16.04.2023 р.)

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК БАЗОВИХ ГАЛУЗЕЙ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ДЕРЖАВНО-УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТ

ВАЛЕНТИНА ДЯТЛОВА¹, ДІНА ЄРОХІНА², ВАЛЕРІЯ ПИСАРЕНКО¹

1 ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», Україна

2 Маріупольський державний університет, Україна

Економіка будь-якої країни отримує розвиток, як свідчить досвід, переважно за рахунок базових галузей. У галузевій структурі національного господарства України сфера матеріального виробництва переважає сферу послуг у співвідношенні дві до однієї третини. У сфері матеріального виробництва головними є промисловість (71% вартості виробленої продукції) і сільське господарство (21%). Отже, національне господарство України є промислово-аграрним. Однак у світовій економіці Україну сприймають як аграрно спрямовану, а інвестування сільського господарства регулюється на державному рівні [1].

Щодо промисловості, то з 15 галузей в її структурі найвищу питому вагу займають чорна металургія, машинобудування, електроенергетика, хімічна та харчова промисловості. Металургія, безперечно, є базовою галуззю економіки України: її питома вага у валовому внутрішньому продукті становить близько 38%, у промисловості – 27%, а в експорті – 34% [2]. У довоєнний період металургія в державних програмах визначалася як пріоритетна галузь економіки, що забезпечує її безпеку та конкурентоспроможність, тим більш в умовах значної конкуренції підприємств на зовнішніх і внутрішньому ринках, а тому інноваційному розвитку на державному рівні надавалася відповідна увага [3]. Наразі перелік галузей, яким надаватиметься підтримка від держави, визначено Міністерством економіки України від 01.04.2022 р. В означеному переліку на металургійну галузь не вказано, а з виробничих галузей зроблено посилання на ті, що працюють над мобілізаційними замовленнями, а також сільське господарство, виробництво продуктів харчування, роздрібну торгівлю, комунальні та енергетичні послуги. Але сталь є основним конструкційним матеріалом

Інноваційний розвиток базових галузей промисловості, зокрема металургійної, залежить від матеріально-технічної складової, її інноваційного стану та інноваційності продукції. Вимоги до продукції довгий період формувалися на рівні держави через систему стандартизації, яка наразі є складовою технічного регулювання [4]. Через євроінтеграційні прагнення України постала нагальною потреба у формуванні системи організаційно-технічного регулювання з прийняттям Директив ЄС як національних технічних регламентів і перегляд вітчизняних стандартів [5].

Але щодо продукції чорної металургії з усього переліку стандартів тільки два є новими: [ДСТУ 9130:2021](#) «Прокат гарячекатаний з арматурної сталі для залізобетонних конструкцій. Технічні умови», ДСТУ 9129:2021 «Металопродукція. Приймання, маркування, пакування, транспортування та

зберігання». Більшість інших прийняті ще в 90-х роках ХХ століття. Це є однією з чинників застарілих технологій і продукції.

Безперечно, для підвищення рівня інноваційності підприємств чорної металургії потрібно запроваджувати технології відповідно світовим вимогам і тенденціям. Так, в Україні низький рівень використання безперервного розливу сталі – в 2 рази менше, ніж у світових країнах-лідерах у сфері металургії. Дуже низькою є частка продукції, отриманої електросталеплавильного способу виробництва – 7,5%. У той же час у світі такої продукції виробляється близько 29%, а в окремих країнах ще більше. Спеціалізуються на продукції з електроплавильної сталі такі країни, як Італія (її частка у випуску – 82%), Туреччина (з часткою в 69%), США (де частка такої продукції – 68%). За використанням киснево-конверторного способу виробництва сталі українська металургія тримається на світовому рівні: частка такої продукції у загальному виробництві сталі становить близько 70%. А от щодо використання мартенівського способу виробництва сталі, частка якої майже 23%, Україна відстає від світових тенденцій – її частка у світі менше 0,4%. Тобто світові тенденції свідчать про незатребуваність такої сталі на міжнародних ринках [2].

Модернізацію підприємства слід розглядати щодо трьох її складових – виробництва, структури та персоналу. Найбільш значимою з них є модернізація виробництва. Модернізацію виробництва можна визначити як удосконалення та оновлення матеріально-технічної бази виробництва на засадах останніх досягнень науки і техніки шляхом впровадження інноваційного обладнання, устаткування та механізмів, що використовуються підприємством, з метою підвищення рівня інноваційності та конкурентоспроможності продукції.

Слід зазначити, що модернізація металургійних підприємств здійснювалася локально, переважно щодо заміни технічно застарілого обладнання для зменшення сировинної й енергетичної складових в собівартості металопродукції. Наразі на більшості підприємств його зношення оцінюється в 50-65%.

Модернізація металургійного підприємства, як процес, підлягає управлінню. Функціонування механізму управління на підприємстві здійснюється в чотири етапи, що забезпечується виконанням головних управлінських функцій, а саме: планування (плани та програми), організація (реалізація планів і програм, аналіз і корегування їх на різних рівнях управління), мотивація та контроль. Отже, діючий механізм управління діяльністю має функціональну складову.

У механізмі управління модернізацією слід відзначити й структурну складову. Структурна модель такого механізму управління містить послідовність заходів та наступні елементи:

- визначення зовнішніх та внутрішніх умов здійснення модернізації;
- розробка стратегії, плану, програми модернізації;
- діагностика потенціалу підприємства в ракурсі модернізації;
- розробка напрямів здійснення модернізації;
- реалізація обраних напрямів модернізації;
- оцінка ефективності діяльності з модернізації;

- визначення фактичних якісних характеристик продукції в наслідок модернізації;

- прийняття управлінських рішень з усунення негативних відхилень у модернізації з метою підвищення прибутковості діяльності підприємства.

Модернізацію виробництва можливо здійснити екстенсивним і інтенсивним шляхом. До екстенсивних методів модернізації відносять збільшення кількості цехів або інших виробничих підрозділів, обладнання в них, чисельності працівників при збереженні попереднього способу виробництва продукції, без впровадження інновацій в процес. До інтенсивного шляху модернізації виробництва відносять поліпшення технологічного процесу за допомогою впровадження нових методів роботи, зміни структури підприємства, впровадження нових технологій.

Механізм управління модернізацією підприємств металургійної галузі слід розглядати як комплекс управлінських, економічних, організаційних, технічних, правових і мотиваційних способів гармонізації інтересів підприємства з інтересами суб'єктів – споживачів продукції, за допомогою яких забезпечується отримання прибутку від операцій на ринках, величина якого достатня для забезпечення витрат підприємства на його модернізацію та технічне переоснащення.

Отже, інноваційний розвиток базових галузей економіки України, зокрема металургії, потребує реалізації заходів на рівні держави, зокрема спеціальних програм і планів, трансформації регулюючих систем, і управлінських – на рівні підприємств щодо модернізації виробничих потужностей, запровадження сучасних технологій і випуску продукції, що відповідає світовим стандартам і потребам.

Список використаних джерел

1. Дятлова Ю.В., Дятлова В.В. Державне регулювання інвестиційного розвитку аграрного сектору національної економіки. Вісник Донбаської державної машинобудівної академії. 2016. № 3 (39). С. 42-47

2. Єрохіна Д., Чурілович А., Дятлова В. Розвиток металургійної галузі: зовнішньоекономічний та інноваційний аспекти. Актуальні проблеми зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності в умовах інтеграційних та глобалізаційних процесів: Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конф. науковців і студентів (25 жовтня 2018 р., Маріуполь.). Маріуполь: ДонДУУ, 2018. С. 99-103.

3. Дятлова В.В. Інноваційне підґрунтя розвитку зовнішньоекономічної діяльності в сучасних умовах. Менеджер: Вісник Донецького державного університету управління. Серія «Економіка». 2017. № 4 (77). С. 9-17.

4. Дятлова В.В. Забезпечення економічної безпеки і конкурентоспроможності економіки механізмами технічного регулювання. Актуальні проблеми економіки. 2011. Вип. 3 (117). С. 56–62.

5. Дятлова В.В. [Концепція трансформації системи організаційно-технічного регулювання національної економіки](#). Економіка Крима. 2013. Вип. 1. С. 42-47.

СТАЛІСТЬ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

ЄВГЕН ЗАСТЬОЛА, ІГОР СОСНОВ

НТУ«ХПІ», Харків, Україна

Сталість розвитку економіки України залежить від успішної реалізації стратегічних завдань, таких як модернізація виробництва, залучення інвестицій, підвищення конкурентоспроможності та розвиток інноваційного потенціалу.

Статистика:

За даними Державної служби статистики України, у 2021 році ВВП країни зріс на 4,2%, що є позитивним показником.

Однак, рівень безробіття у країні залишається високим і становить 9,1% за даними на кінець 2021 року.

Рівень інфляції в Україні в 2021 році становив 10,4%, що є значно вищим за цільове значення Національного банку України.

Один з викликів для розвитку економіки України полягає у підвищенні ефективності виробництва та залученні інвестицій. За даними Міністерства економічного розвитку, у 2021 році прямі іноземні інвестиції склали \$2,5 млрд, що є нижчим показником порівняно з попереднім роком.

Розвиток інноваційного потенціалу також є важливим завданням для економічного зростання України. За даними Global Innovation Index 2021, Україна посідає 53 місце серед 132 країн у світовому рейтингу інноваційної діяльності.[1]

Сталість розвитку економіки України потребує розв'язання низки викликів, зокрема залучення інвестицій, підвищення ефективності виробництва та підтримки інноваційного потенціалу. Тільки успішна реалізація стратегічних завдань дозволить досягти сталого економічного зростання та покращення рівня життя громадян.

Одним з викликів для сталого розвитку економіки України є підвищення рівня конкурентоспроможності. За останні кілька років, Україна зазнала значного прогресу у цій галузі, але все ще залишається далеко за багатьма країнами світу. Для поліпшення конкурентоспроможності потрібно залучати більше інвестицій, сприяти підприємству та інноваціям, а також поліпшувати умови для бізнесу та зменшувати корупцію.

Ще одним викликом є підвищення рівня освіти та кваліфікації населення, що допоможе забезпечити доступ до більш високооплачуваних робіт та сприятиме підвищенню продуктивності праці. Для цього потрібно інвестувати у систему освіти та підвищувати рівень відповідності навчання вимогам ринку праці.[2]

Окрім того, важливим викликом є боротьба з корупцією та підвищення ефективності державного управління. Україна вже впроваджує реформи, спрямовані на зменшення корупції та покращення управління, але додаткові зусилля необхідні для підтримки цього процесу.

Перспективи розвитку економіки України є великими, оскільки країна має значний потенціал для розвитку в різних сферах. Особливо важливими напрямками для подальшого розвитку є ІТ-технології, аграрний сектор та туризм.

ІТ-технології є однією з найбільш перспективних сфер в Україні. Країна має велику кількість талановитих інженерів та програмістів, які здатні створювати інноваційні технології. Багато зарубіжних компаній вже мають свої представництва в Україні, а цей сектор може значно зрости в наступні роки.

Аграрний сектор є ще однією важливою сферою для економіки України. Країна має велику площу придатну для землеробства, а також високоякісний ґрунт і клімат для зростання різних видів культур. Українські компанії займаються виробництвом якісних продуктів, які мають великий попит на світовому ринку.

Туризм є ще однією перспективною сферою для розвитку економіки України. Країна має багату історію, культуру та природні ресурси, які можуть привертати туристів з усього світу. Українські міста і села мають потенціал для розвитку інфраструктури для туризму, що може створити нові робочі місця та збільшити доходи.

Отже, можна зробити висновок, що сталість розвитку економіки України є важливим завданням для забезпечення її подальшого успіху та процвітання. Незважаючи на труднощі та виклики, з якими стикається країна, Україна має значний потенціал для подальшого розвитку, зокрема в сферах ІТ-технологій, аграрного сектору та туризму. Щоб забезпечити сталість розвитку економіки, потрібно продовжувати впроваджувати реформи, сприяти підприємництву та інноваціям, поліпшувати умови для бізнесу та зменшувати корупцію, а також підвищувати рівень освіти та кваліфікації населення. Запровадження цих заходів може сприяти розвитку економіки України та забезпечити її сталість на довгострокову перспективу.[4]

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України - офіційний сайт зі статистичними даними про економіку країни. Електронний доступ : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

2. Міжнародний валютний фонд - офіційний сайт з інформацією про економічну ситуацію та рекомендації щодо розвитку економіки України. Електронний доступ : <https://www.imf.org/uk/countries/UKR>

3. Українська асоціація економістів - сайт професійної організації економістів України з публікаціями та дослідженнями. Електронний доступ: <http://www.uea.org.ua/>

4. Розвиток економіки України: стан, виклики, перспективи. Портал «Українська правда». Електронний доступ: <https://www.pravda.com.ua/articles/2022/03/9/7329115/>.

**МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО МОДЕЛЮВАННЯ НЕРІВНОСТІ ДОХОДІВ У
КРАЇНАХ ЄВРОСОЮЗУ****АНЖЕЛА КУЗНЄЦОВА, АНТОН ПУТИЦЬКИЙ***Сумський державний університет, Україна*

Сталість національної економіки залежить від комплексу факторів, які взаємодіють між собою та тією чи іншою мірою формують цей показник. Одним із таких факторів є диференціація в розподілі доходів населення. У зв'язку з посиленням дестабілізаційних процесів у світовій економіці спостерігається поглиблення проблеми нерівності розподілу доходів між різними групами людей. Це сприяє підвищенню соціальної напруженості, створенню передумов для зміни суспільного устрою, фундаменталізації релігійних угруповань, що сприяє військовим, економічним та гуманітарним війнам.

На сьогодні практично відсутні матеріали, в яких би наводилася оцінка рівня нерівності доходів за різними підходами. Слід відзначити про низький рівень застосування теорії моделювання в контексті нерівності розподілу доходів, тобто вибору найбільш точної оцінки аналізованого показника, адже практика показує, що найчастіше для порівняння застосовують індекс Джині чи графічне його представлення кривою Лоренца, які враховують лише базисні показники, ігноруючи при цьому інші важливі чинники.

Крива Лоренца - це лінія, що відображає нерівність у суспільстві через дію кумулятивного ефекту. Для побудови кривої Лоренца по осі X відкладають відсоток осіб, що отримують дохід, а по осі Y - частку отриманого доходу від сукупного. Бісектриса третьої чверті характеризує розподіл доходів за умов абсолютної рівності. Таким чином, відхилення кривої Лоренца від цього променя відобразатиме величину нерівності доходів. На основі кривої Лоренца розраховують індекс Джині як площу фігури, обмеженої бісектрисою третьої чверті та кривою Лоренца. Поряд із кривою Лоренца чи індексом Джині розраховується індекс Робін Гуда (відомий також як індекс Гувера, індекс Шутца). Цей показник полягає у визначенні суми сукупного доходу, що повинна бути перерозподілена між частинами населення з найбільшим та найменшим доходами задля їхнього зрівняння. Графічно індекс Робін Гуда відповідає найбільшій величині відхилення кривої Лоренца від бісектриси прямого кута, проведеної із точки відліку. Окрім цього, нерівність доходів характеризують індексом Аткинсона, коефіцієнтом Герфіндаля-Гіршмана, Лоренца, Тіля [1, 2, 3, 4, 5, 6]. Також виділяють різні статистичні прийоми, що полягають у визначенні середньоарифметичного, медіанного чи модального доходів населення, коефіцієнтів варіації. Ще одним способом, що використовують економісти-статистики, є групування населення за рівнем доходу та зіставлення середніх рівнів крайніх груп між собою. У цьому випадку поширеними є способи вимірювання доходів через квартильний, квінтільний, децильний фінансові індекси тощо [7].

Визначення нерівності в розподілі доходів населення ми пропонуємо здійснювати на основі динамічної стохастичної моделі загальної рівноваги (DSGE).

Наразі під DSGE-моделями розуміють моделі загальної рівноваги економіки, що на основі ендогенних та екзогенних факторів середовища, в якому функціонує система, визначають її розвиток і зміни [8]. Загальна рівновага такого типу моделей пов'язана з вихідним положенням про точку оптимуму, де пропозиція дорівнює попиту. У DSGE моделях вона досягається за рахунок розподілу ресурсів та цін, які врівноважують ринки та задовольняють умови оптимізації діяльності основних економічних агентів [9].

Найпростіший приклад DSGE-моделі складається із трьох рівнянь, кожне з яких характеризує окремий блок макроекономічних суб'єктів: динамічне рівняння IS (відображає сукупний попит, моделює національний дохід), неокейнсіанська крива Філіпса (відповідає сукупній пропозиції, враховуючи при цьому інфляційні очікування та поточні реальні граничні витрати) та правило Тейлора (прийшло на зміну LM-кривої, описує рівновагу на грошовому ринку, моделює процентну ставку) [10].

Практичне застосування динамічних стохастичних моделей розпочалося у Центральному банку Швеції (модель RAMSES II), а згодом такий метод прогнозування використали Європейський центральний банк (NAWM), Федеральна резервна система США (SIGMA), Норвезький банк (NEMO) [9, с. 60]. На сьогодні DSGE-моделі широке поширення здобули, окрім вище перерахованих систем, у центральних банках Великої Британії (BEQM), Канади (ToTEM), Перу (MEGA-D), Румунії, Чехії, Чилі (MAS), у розробці моделі світової економіки МВФ (GEM, GIMF), де вони використовуються як базові системи аналізу та прогнозування [8; 11; 12, с. 1].

У ході побудови DSGE-моделі нерівності розподілу доходів було визначено три макроекономічних суб'єкти, що функціонують в умовах закритої економіки, а саме домогосподарства, фірми та держава. Визначення цільових функцій для кожного із суб'єктів здійснювалося, виходячи з призначення моделі. Так, для домогосподарств, замість звичного рівняння максимізації корисності, основою є механізм формування їхнього бюджету (Income). У цьому випадку доходи домогосподарств обчислювалися відповідно до їхнього виду зайнятості: наймані робітники (work) або підприємці (entrepr), - із врахуванням виду економічної діяльності (W_i, a_i), в межах якого функціонують суб'єкти. Також доцільно врахувати ще третю категорію населення, які складають економічно неактивну частину населення. Більшою мірою сюди належить незайняте населення пенсійного віку та ті, хто не може працювати через різні об'єктивні причини (dotation). У такому разі їхній дохід визначається розмірами відповідних соціальних виплат від держави. Незалежно від описаних вище джерел формування доходу, також слід розглянути ренту (R), капіталізацію відсотків за депозитами (deposit, i_{dep}), що отримують суб'єкти поза їхнім основним видом доходів. Окрім цього, до доходу споживачів будемо додавати державні трансферти та субсидії. Інші одноразові види доходів у вигляді отримання спадщини, виграшу в лотерею тощо не враховуються. Для отримання кінцевого

результату до визначеної функції доходу застосовуємо ставку податку, розмір якої визначається іншим суб'єктом ринку - державою (tax_j).

Наступною характеристикою домогосподарств є функція багатства (Wealth), яка визначається через додавання до доходів споживачів, наявних у них матеріальних та нематеріальних активів, накопичених за попередні періоди (savings), а також доступ домогосподарств до ринку (lamp).

При аналізі функції споживання (Consumption) враховуємо особливості поведінки домогосподарств, що визначається їхнім рішенням, яку частку доходу витратити (π_{cons}), а яку заощаджувати, а також очікування споживачів щодо майбутніх цін (ξ_{cons}), враховуючи при цьому динаміку інфляції.

Фірми характеризуватимуться відповідно до встановленої ними заробітної плати, формування цін та загального прибутку. У контексті моделювання диференціації прибутку фірм (Profit) надалі розглядатимемо цю групу економічних суб'єктів, поділяючи їх за [13; 14] на виробників кінцевих (fc) та проміжних товарів (ic). Основою для першої групи фірм є виробнича функція CES для всіх проміжних товарів [13]. Для другої групи - двофакторна виробнича модель Кобба-Дугласа.

Іншою функцією фірм є ціноутворення (Price). Відповідно до моделі Кальво, поділимо всіх суб'єктів на дві частини: ті, що швидко реагують на кон'юнктурні зміни ринку та впливатимуть на формування ціни (θ_p), та ті, які не можуть в короткі терміни переналаштуватися на нову систему виробництва [15].

Аналогічно до цього визначатимемо заробітну плату (Wage), поклавши в основу граничні витрати фірми [16].

Держава як третій суб'єкт системи виконує управлінські функції, визначає податкову політику (Tax) та контролює рівновагу на ринку. Таким чином, враховуватимемо систему нарахування податків для кожної країни окремо, величину соціальних виплат тощо.

У результаті в моделі повинні бути дотримані наступні правила: максимізація загальної корисності домогосподарств, прибутку фірми та виконання балансу при визначенні державного бюджету. Виконання цих умов забезпечить адекватність побудованої моделі, через що можна буде використовувати отримані показники доходів споживачів для аналізу їхньої диференціації.

Нарешті, диференціацію в розподілі доходів за період t будемо визначати через децильний коефіцієнт, попередньо відсортувавши всі домогосподарства за рівнем багатства (Inequality). Окрім цього, усі взаємозв'язки в межах системи розглядатимемо не лише з огляду її поділу на суб'єктів, а також враховуючи динамічний розвиток. Таким чином, за основу моделі візьмемо $(t-1)$ період, відносно якого визначатимемо зміну показників в t періоді.

Отже, кінцева модель має вигляд:

функція доходів окремого домогосподарства в період t :

$$Income_{i,t} = \left(W_{i,t}(1 - tax_{wage,t}) \cdot \tau_{wage} + cap_{i,t} \cdot \alpha_{i_{entepr}} \cdot (1 - tax_{cap,t}) \cdot \tau_{cap} + \right. \\ \left. + R_{i,t}(1 - tex_{rent,t}) \cdot \tau_{rent} + deposit_{i,t} \cdot i_{dep,t}(1 - tax_{dep,t}) \cdot \tau_{dep} + \right. \\ \left. + dotation_{i,t} \right)$$

функція сукупного багатства домогосподарства в період t :

$$Wealth_{i,t} = (Income_{i,t} + savings_{i,t})^{lamp}$$

функції споживання домогосподарств в період t :

$$Consumption_{i,t} = Income_{i,t} \cdot \pi_{i_{cons}}^{\xi_{cons}} \rightarrow \max$$

функція прибутку фірми в період t :

$$Profit_{i,t} = \left(\left(\pi_{i_{firm},t} \cdot A \cdot (\delta \cdot cap_{i,t}^{-\varepsilon} + (1 - \delta) \cdot lab_{i,t}^{-\varepsilon})^{\frac{\delta}{\varepsilon}} \cdot Price_{i,t} + \right. \right. \\ \left. \left. + (1 - \pi_{i_{firm},t}) \cdot Price_{i,t} \cdot \sum_j Q_{j,t} - W_{i,t} \cdot lab_{i,t} - cap_{i,t} \right) \cdot (1 - tax_{cap,t}) \cdot \tau_{cap} + dotation_{i,t} \right)$$

функція ціноутворення на ринку в період t :

$$Price_t = \left(Price_{t-1} + \frac{\partial(W_t \cdot lab_t + cap_t)}{\partial Q_t} - \frac{\partial(W_{t-1} \cdot lab_{t-1} + cap_{t-1})}{\partial Q_{t-1}} \right)^{\xi_{profit,t}}$$

функція формування заробітної плати в період t :

$$W_{i,t} = (1 - \theta_{W_{i,t}}) \cdot W_{i,t-1} + \theta_{W_{i,t}} \cdot (1 - \varepsilon) \cdot \frac{Q_{i,t}}{lab_{i,t}}$$

функція поповнення національного бюджету через податки в період t :

$$Tax_t = Consumption_t \cdot tax_{cons} \cdot \tau_{cons} + W_t \cdot tax_{wage} \cdot \tau_{wage} + Profit_t \cdot tax_{profit} \cdot \tau_{profit}$$

нерівність у розподілі доходів у період t :

$$Inequality_t = \frac{\sum_{i=1}^{0,1n} Wealth_{i,t}}{\sum_{i=0,9n}^n Wealth_{i,t}}$$

У моделі також використовуються загальний обсяг капіталу, інвестованого в конкретну сферу економіки, та зведена чисельність економічно активного населення, що виступає в якості параметра робочої сили у виробничій функції. Ще одними складовими моделі є субсидії, що виділяються урядом на підтримку виробників та працівників.

Розглянута модель є універсальною та може бути застосована для інших районів світу, у регіональному розрізі країн за умов попереднього калібрування параметрів. Подальше вдосконалення моделі полягає у її розширенні через введення додаткових джерел доходу з метою отримання більш точних результатів. Окрім цього, можливим є перехід до відкритого типу економіки через додавання ще одного суб'єкта - зовнішнього сектору.

Список використаних джерел

1. Coulter P., 1989. Measuring Inequality. Boulder: Westview Press, 198 p.
2. DeLong B., Steinbaum M., Boushey H., 2017. After Piketty: The Agenda for Economics and Inequality. Cambridge: Harvard University Press, 688 p.
3. Stiglitz J., 2017. Income Inequality and Social, Economic, and Political Instability. World Government Summit. URL: <https://www8.gsb.columbia.edu/faculty/jstiglitz/sites/jstiglitz/files/Inequality%20and%20Economic%20Growth.pdf>

4. Wesley E., Peterson F., 2017. Is Economic Inequality Really a Problem? A Review of the Arguments. MDPI. Open Access Journal, pp. 1-25.
5. Gorodetska T.E., 2012. The influence of differentiation in incomes on social shocks formations in a society. Foreign Trade: Law, Economics, Finance, 3, pp. 94-99. DOI: [http://zt.knteu.kiev.ua/files/2012/03\(62\)2012/3_12_13.pdf](http://zt.knteu.kiev.ua/files/2012/03(62)2012/3_12_13.pdf)
6. Libanova E.M., 2016. Ukraine: the depth of inequality. ZN, UA. DOI: https://dt.ua/columnists/ukrayina-glibina-nerivnosti-220460_.html
7. Kotsan L.M., 2018. Transformation of the regulation system of income in Ukraine, 215 p.
8. Mirosnichenko G.O., 2011. Modeling of the dynamic equilibrium of the economic system. Effective economy. DOI: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=619>
9. Workshop «The applying of dynamic stochastic models of general equilibrium (DSGE) in central banks», 2018. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=83203373&cat_id=83203329
10. Bazhenova J.V., 2009. Modeling of the impacts of monetary and fiscal policies on the Ukrainian economy with an open dynamic stochastic model of general equilibrium. Economy and the state, 7, pp. 33-36.
11. Tovar C.E., 2008. DSGE Models and Central Banks. BIS Working Papers, 253.
12. Polbin A.V., 2018. The construction of a dynamic stochastic model of general equilibrium for the Russian economy. DOI: <https://www.iep.ru/files/news/Polbin.pdf>
13. Hayashida M., Nanba R., Yasuoka M., Ono H., 2017. Tax Incidence in DSGE Model. The Society for Economic Studies the University of Kitakyush. URL: https://www.kitakyu-u.ac.jp/economy/study/pdf/2016/2016_08.pdf
14. Bondarenko O., 2018. The influence of monetary policy on redistribution of incomes among generations. Visnyk of the National Bank of Ukraine, 244, pp. 46-63. URL: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=73007269^DOI:https://doi.org/10.26531/vnbu2018.244.03>
15. Barnett A., Ellison M., 2005. Practical DSGE Modelling. Bank of England. URL: http://users.ox.ac.uk/~exet2581/Boe/dsge_all.pdf
16. Holmes A., 2014. Some economic effects of inequality. URL: https://www.aph.gov.au/About_Parliament/Parliamentary_Departments/Parliamentary_Library/pubs/BriefingBook44p/EconEffects

УДК 338.24

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАПОРУКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

ОЛЕГ КОРКУШКО

НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут», Україна

На сьогоднішній день, сучасне суспільство вже зробило важливий перший

крок до абсолютно нової технологічної, економічної та соціальної реальності. Однак ряд викликів, які стоять перед сучасним індустріальним суспільством, важко переоцінити. Мова йдеться про зміну глобального соціально-технологічного укладу, наслідком якого є повне переформатування звичних нам систем, формування нових соціальних та економічних стратегій. Крім того, одночасно змінюється технологічна парадигма, змінюються моделі управління і суспільні норми, відбуваються масштабні демографічні зрушення.

Поширення цифрових технологій визначає пріоритетні напрями розвитку історії, суспільства, економіки більшості країн. Водночас спостерігається глобальна революція у інформаційно-комунікаційному просторі. Стрімка цифровізація торкнулася всіх сфер життя людини. Отже, вона вплинула і на державу в політичному, культурному, економічному, фінансовому, соціальному аспектах [1].

Економіка на кожному етапі суспільно-історичного розвитку демонструвала певний цифровий простір, що логічно і зрозуміло. Показники діяльності будь-якого бізнесу, а також економічні терміни зазначалися та зазначаються у цифрах: прибуток, збитки, витрати, доходи, величина та ставки податків, податкова база, рівень інфляції, бюджетний дефіцит (профіцит), обсяг ВВП тощо.

Усі цифрові показники узагальнюються документально із зазначенням мікро- та макроекономічних даних. Вони необхідні для розробки, затвердження, подальшої реалізації соціально-економічної політики країни та, як наслідок, розвитку її фінансів. Нинішній етап діджиталізації передбачає передусім формування інноваційно-інформаційного суспільства. В основі такого середовища передбачено:

- використання нових цифрових валют;
- віртуальність господарських зв'язків;
- зниження потреб у громіздкій транспортній інфраструктурі;
- скорочення витрат бізнесу;
- зникнення традиційних ринків тощо.

Діджиталізацію можна розглядати, як систему економічних, соціальних, культурних відносин, в основі якої лежать створення, розповсюдження, застосування цифрових та обчислювальних технологій, і, відповідно, пов'язаних з ними продуктів. Цей процес насамперед впливає на:

- діяльність підприємств;
- спосіб життя, освіту, працевлаштування людей;
- механізм взаємодії держави та громадян, включаючи отримання різних значущих послуг.

Останніх стає дедалі більше, запроваджуються принципово нові моделі ведення бізнесу та технології реалізації інвестиційних проектів. До лідерів цифровізації належить фінансова індустрія:

- електронні платежі;
- онлайн-банкінг;
- краудфандинг;

- скорингові моделі для оцінки кредитних ризиків;
- інвестиційні роботи-радники;
- хмарне зберігання інформації;
- криптовалюти, блокчейн.

Електронні технології підприємств пов'язані з управлінням, контролем та аналізом бізнесу, з реалізацією продукції, послуг чи робіт. Багато фінансових продуктів (кредити, інвестиції, платежі та ін.) стають доступними через мережу Інтернет або через мобільний зв'язок. Вже нікого не дивує оплата податків, житлово-комунальних послуг через смартфон, або оформлення кредиту через подання он-лайн-заявки на сайті банку, або он-лайн-купівля акцій на біржі. Доступ до даних можливий будь-де в будь-який час, головна умова – наявність Інтернету.

Цифрові технології прогресивно впливають на суспільний розвиток, підвищують зручність операцій для всіх учасників взаємовідносин: малого бізнесу; людей; середніх та великих підприємств; державних органів. Багато послуг, товарів чи робіт можна знайти в Інтернеті, оплатити онлайн і отримати за фактом у потрібному місці. Це економить ресурси та час. Серед інших переваг слід виділити такі плюси:

Орієнтація на потреби клієнтів – від вибору необхідної послуги за зниженими цінами до вирішення суспільно значимих завдань.

Спрощення процесу отримання фізичними та юридичними особами будь-яких послуг – завдяки розвитку електронних та інформаційних технологій постачальник може безпосередньо взаємодіяти з покупцем. Немає потреби залучати посередників. Практично все (від продуктів до квитків, від допомоги до паспорта) можна оформити через Інтернет.

Поява нових стартап-ідей, тенденцій, галузей – спостерігається різке зростання інвестування у всі проєкти, пов'язані з цифровими послугами, програмним забезпеченням, технологічними дослідженнями. Це сприяє створенню нових робочих місць, отже, зростанню продуктивності праці [2].

Зниження витрат он-лайн-бізнесу – ті компанії, які ухвалили зміни та перейшли в електронний формат, процвітають. Зростають прямі продажі, знижуються видатки на збут, маркетинг, транспорт, логістику.

Прозорість ведення діяльності – більшість операцій у цифровій економіці проводиться он-лайн, інформація про купівлі передається до податкових органів. Це допомагає боротися з корупцією та шахрайськими схемами.

Підвищення конкурентоспроможності вітчизняного виробництва, розширення географії ведення бізнесу.

Таким чином, цифрова економіка сфокусована на двох важливих принципах – інформації та мережевих технологіях. Електронні дані – це основний стратегічний ресурс цифровізації. Для користування інформацією розробляються та розвиваються сучасні ІТ-інструменти, включаючи бізнес-моделі. Суть та значення цифрової економіки полягає у прискоренні механізму обміну великими обсягами електронної інформації між учасниками, спрощенні рутинних процесів.

Список використаних джерел

1. Digital strategy in a time of crisis. McKinsey, 22 April 2020. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/digital-strategy-in-a-time-of-crisis>.
2. Майбутнє ринку праці. Протиборство тенденцій, які будуть формувати робоче середовище в 2030 році. PWC. URL: <https://www.pwc.com/ua/uk/survey/2018/workforce-of-the-future-ukr.pdf>.

УДК 330.341

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ВІТАЛІЙ БЕРЕЗЮК, ВОЛОДИМИР ПИЛИПЧУК

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
Україна*

Результатом масштабного процесу адаптації сталого розвитку для України з урахуванням специфіки національного розвитку стала система цілей сталого розвитку (далі – ЦСР), яка складається з 86 завдань за 183 індикаторами, що підлягають моніторингу. Уряд створив міжвідомчу робочу групу для координації роботи для досягнення цілей. Наразі завдання ЦСР підзвітні міністерствам та відповідним відомствам [1; 2; 3].

В той же час, досягнення цілей сталого розвитку потребує постійного удосконалення моніторингу окремих його індикаторів як на національному рівні, так і на рівні окремих регіонів та місцевості проживання населення. Результати моніторингу мають використовуватися для згладжування асиметрій розвитку, а також розвивати загальну критеріальну базу для вирішення окремих завдань чи досягнення цілей в цілому.

Розглянемо проблематику на прикладі ЦСР 9 “Промисловість, інновації та інфраструктура”, а конкретно задання 9.6 “Забезпечити доступність інтернету”. До 2019 року завдання поступово виконувалося, а в 2019 році змінилася методологія обрахунку та скориговано цільовий показник, а кількість абонентів стала обчислюватися на 100 домогосподарств [4]. Цільовий показник встановлено на рівні 50 абонентів на 100 домогосподарств. За 2021 рік в цілому по Україні ціль досягнуто, а кількість абонентів складає 54 абоненти з фіксованим доступом на 100 домогосподарств. В той же час, рівень покриття інтернет-послугами у сільській місцевостях все ще доволі низький – в 2021 році становить 44 абоненти з фіксованим доступом на 100 домогосподарств (в 2020 році 34 абоненти).

В цілому по Україні та типам поселень, динаміка свідчить про те, що за даним показником, склалася виключно позитивна динаміка. Однак, існують і певні проблеми, які можна спостерігати при дослідженні досягнення цілі на регіональному рівні, а також в контексті самої якості покриття. В міських регіонах наявні суттєві проблеми в досягненні цілей в Харківській (39 абонентів в 2021 році, 44 в 2020 році), Донецькій (38 абонентів в 2021 році, 39 в 2020 році) та

особливо в Луганській областях (38 абонентів в 2021 році, 36 в 2020 році). Отже, навіть в містах окремих областей була негативна динаміка за останній довоєнний рік. В сільській місцевості ситуація ще більш варіативна. Тут лише 4 області досягли нормативного значення в 2021 році – Київська, Волинська, Львівська та Херсонська. Критично низький показник в Чернівецькій області, де він становить лише 16 абонентів на 100 домогосподарств, при цьому динаміка за 2021 рік була негативною[5].

На нашу думку, недостатність прогресу за даним елементом в системі ЦСР9.6 виникає через ряд причин, зокрема:

- низьке проникнення інформаційних технологій в галузі промисловості та відносно низький рівень цифрових навичок їх персоналу;
- неналежним рівнем захисту прав інтелектуальної власності;
- відносно низьким рівнем фінансового забезпечення для інвестицій в ІКТ на рівні окремих регіонів;
- наявністю регіонів з ускладненим доступом для прокладання Інтернет-мережі;
- відсутністю державних ініціатив з ціленаправленого розвитку ІКТ в конкретних місцевостях.

Для прискорення та інтенсифікації досягнення цілі в напрямку розвитку ІКТ на державному та місцевому рівнях доцільно реалізовувати відповідні ініціативи. Так, має відбутися затвердження концепції державної політики для удосконалення навчально-дослідницької інфраструктури, розробки національної дорожньої карти навчальних та дослідницьких інфраструктур. Доцільним стане формування нової системи ключових напрямів розвитку інновацій, що націлені на досягнення ЦСР. В системі взаємодії інновацій та ІКТ актуальним є розробка та реалізація функціонування онлайн-платформи для ефективної комунікації між учасниками наукових та інноваційних процесів.

В контексті власне розвитку ІКТ та інтернет-середовища в цілому, доцільно продовжувати ініціативи зі розширення розбудови волокно-оптичних телекомунікаційних мереж доступу до Інтернет-середовища через покращення законодавства в контексті полегшення функціонування провайдерів та доступу до інформаційної інфраструктури. Необхідним також є постійний моніторинг та аудит покриття мережею Інтернет території України та якості самих послуг широкопasmового доступу. Кризові явища пандемії показали, що окремі навчальні заклади в Україні не мають доступу до Інтернету. Отже, має відбутися підключення до широкопasmового доступу до Інтернет-мережі всіх соціальних та навчальних закладів, державних установ та організацій. Також актуальними стануть ініціативи з оптимізації реалізації радіочастотного ресурсу і розвиток спектру радіочастотного ресурсу при удосконаленні мобільного зв'язку.

В результаті дослідження, в контексті розвитку ІКТ на національному та місцевому рівнях, ми пропонуємо додати декілька цільових показників:

- “підключення всіх соціальних установ України до мережі Інтернет, чисельність мереж вільного Wi-Fi доступу для відвідувачів співробітників установ». Даний показник дозволить оцінювати рівень розвитку ІКТ в соціальній

сфері, особливо в сільській місцевості, де виявлені реальні проблеми з досягненням основного цільового показника;

- “рівень підключень до мережі Інтернет зі швидкістю від 2 мБіт/с для мобільного зв’язку”, а також “Рівень підключень до мережі Інтернет зі швидкістю від 100 мБіт/с для стаціонарного зв’язку”. Дані показники дозволять оцінювати не лише кількісний компонент, що оцінюється сьогодні, а і якісний, що дозволить вимірювати та співставляти якість самого зв’язку;

- “рівень цифрової грамотності працівників соціальної сфери, зокрема науки”. Даний показник можна вимірювати шляхом незалежного тестування або інших форм оцінювання. Вважаємо, що оцінювання за даним показником має відбуватися при отриманні відповідних посад. Процес тестування може проходити в режимі іспиту. Так, по суті це має бути схожим на іспит на знання державної мови, що для державних службовців в Україні є необхідним. На нашу думку, станом на 2023 рік, володіння навичками роботи з інформаційними технологіями також є необхідністю, особливо у сфері освіти та науки.

Запропоновані показники, що дозволять оцінювати якість охоплення Інтернетом, а також рівень цифрової грамотності серед населення.

Список використаних джерел

1. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року: Указ Президента України від 30.09.2019 / Президент України. Офіційний вісник Президента України. 2019 р., № 21, С. 17, Ст. 890.

2. Моніторинговий звіт «Цілі сталого розвитку: Україна» - 2021 рік. URL: https://ukrstat.gov.ua/csr_present/2020/ukr/st_rozv/publ/SDGs%20Ukraine%202021%20Monitoring%20Report%20ukr.pdf (дата звернення: 24.03.2023).

3. «ЦСР: Україна» Моніторингова Доповідь 2019 рік URL: <https://bit.ly/2XzijRv> (дата звернення: 24.03.2023).

4. Державна служба статистики. Інформаційне забезпечення моніторингу ЦСР, метадані URL: https://www.ukrstat.gov.ua/csr_present/2020/ukr/st_rozv/metadata/09/data/9.6.1.xlsx (дата звернення: 24.03.2023).

5. Перший Добровільний національний огляд щодо Цілей сталого розвитку в Україні від Міністерства економіки України. URL: <https://me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=b9157c23-7066-4dd1-968f> (дата звернення: 24.03.2023).

УДК: 339.5:519.25:330.4

ЕКСПОРТ ХАЙТЕКУ – ІНДИКАТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ

ОЛЕКСАНДР БЄЛОВ

Полтавський державний аграрний університет, Україна

Ступінь використання здобутків науково-технічного потенціалу країни зумовлює рівень сталого розвитку її економіки країни. Хайтек (високотехнологічне виробництво) охоплює собою найбільш наукоємні галузі економіки. До них відносять фармацевтичну, інформаційну, космічну, хімічну, комп'ютерну галузі, а також виробництво складного наукового й виробничого обладнання і військової зброї[1].

Слід зауважити, що експорт хайтеку є одним з показників, які рекомендуються до включення у список ключових цільових показників моніторингу сталого розвитку економіки України[2].

Отже, в даному виступі презентуються певні результати вивчення досвіду передових країн світу щодо формування їхньої сфери науково-технічної діяльності і впливу її на сталий розвиток економіки, а саме моделювання динаміки одного з важливих показників, як питома вага експорту високотехнологічної продукції у ВВП країни на прикладі Німеччини.

На сайті Світового банку приводяться статистичні дані щодо обсягів експорту хайтека та ВВП за різними країнами.

Здійснення оцінки виконаємо на прикладі Німеччини, як однієї з потужних розвинених країн світу та лідера Європейського Союзу. Для вирішення цього завдання використовується метод кореляційно-регресійного аналізу з включенням циклічної складової [3–5]. Для аналізу в порядку наростаючої складності було обрано 5 типів моделей M1-M5:

Лінійна модель M1:

$$y = a + b \cdot x,$$

нелінійна параболічна модель (M2):

$$y = a + b \cdot x + c \cdot x^2$$

нелінійна модель з циклом (M3):

$$y = a + b \cdot x + c \cdot \sin(d \cdot x + e)$$

нелінійна модель з прискоренням і одним циклом (M4):

$$y = a + b \cdot x + c \cdot x^2 + d \cdot \sin(e \cdot x + f)$$

нелінійна модель з прискоренням і двома циклами(M5):

$$y = a + b \cdot x + c \cdot x^2 + d \cdot \sin(e \cdot x + f) + g \cdot \sin(h \cdot x + i)$$

Вихідні дані для розрахунків взято з зазначеного сайту Світового банку[6].

В таблиці 1 наведено результати обчислення параметрів моделей та їх статистичні характеристики за допомогою програмного пакету для аналізу даних - CurveExpert 1.38. А візуально отримані результати моделювання представлено на рис.1.

В результаті проведеного моделювання можна зробити наступні висновки:

1. Моделі, які включають до себе циклічну складову (M4 і M5) мають більший коефіцієнт кореляції, ніж звичайні лінійні та параболічні моделі, що показує наявність циклічної складової у динаміці питомої ваги експорту хайтеку до загального виробничого експорту у Німеччині.

2. Результати прогнозування показують, що питома вага експорту хайтеку у ВВП Німеччини у 2023 році знизиться до 3,2%. На цю негативну динаміку вплинули як роки пандемії, так і складний 2022 рік, що характеризувався

переносом виробництва багатьох промислових та, у тому ж числі, високотехнологічних компаній з Німеччини у США[7].

Таблиця 1.

Результати обчислення параметрів прогнозних моделей					
	M1	M2	M3	M4	M5
Coefficient Data	a =5,1420 b =0,0246	a =4,2850 b =0,3459 c =-0,0214	a =5,2349 b =0,0158 c =-0,0510 d =1,3464 e =-2,6835	a =4,1911 b =0,3745 c =-0,0232 d =0,0186 e =1,1425 f =-0,9637	a =6,0087 b =-0,1312 c =-0,0054 d =0,2330 e =-11,0163 f =12,2620 g =1,7048 h =0,2146 i =11,5821
Standard Error	0,4112	0,2509	0,4711281	0,2991082	0,1809499
Correlation Coefficient	0,2517	0,8249	0,2790395	0,8182995	0,9614717
Comments:			The fit converged to a tolerance of 0.1 in 2 iterations. No weighting used.	The fit converged to a tolerance of 0.1 in 7 iterations. No weighting used.	The fit converged to a tolerance of 0.001 in 22 iterations. No weighting used.

Розраховано автором на основі даних [6]

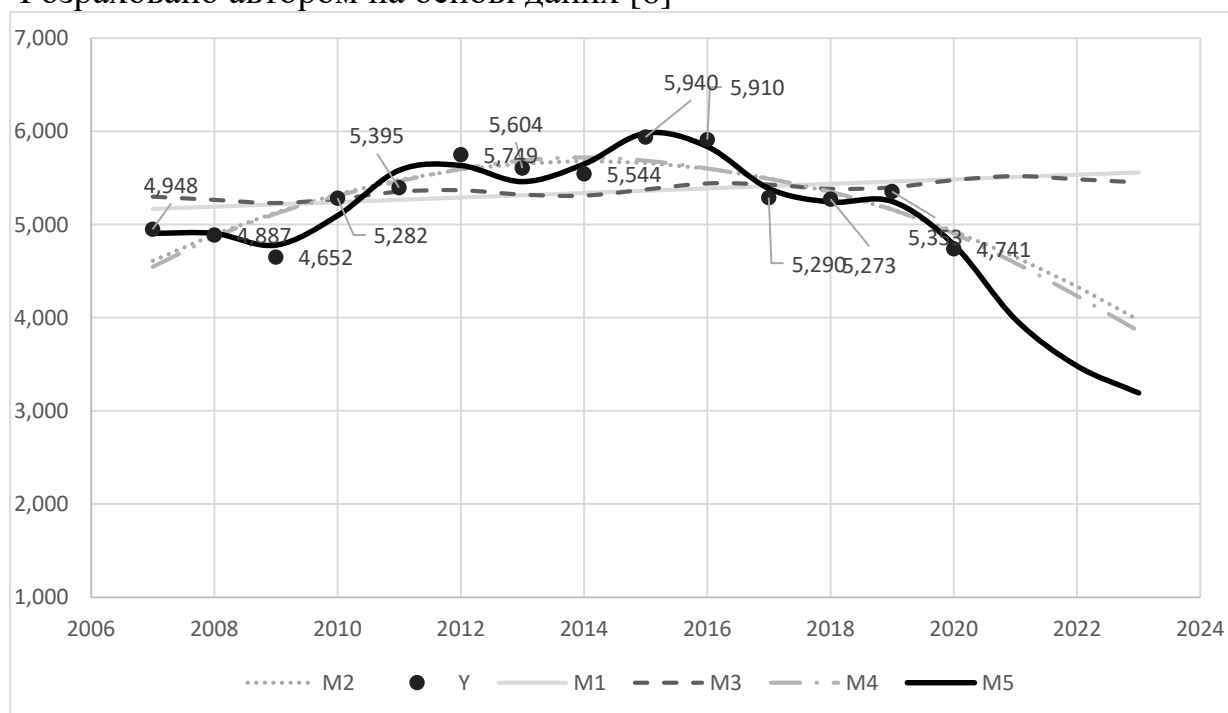


Рисунок 1 Прогнозування динаміки питомої ваги експорту високотехнологічної продукції у ВВП Німеччини

3. Моделювання відбувалося на даних з 2007 по 2020 рік. Але на сайті Світового банку відбулося оновлення і було добавлено дані за 2021 рік, який, в процесі проведеного моделювання, визначався як один з прогнозних років і його значення прогнозувалося за моделлю М5 на рівні 3,98%, тоді як фактичні значення за 2021 рік склали 4,92%. Відхилення склало 19%. Але, за моделлю М4, яка враховує тільки одну циклічну складову таке відхиленням між прогнозним і фактичним значенням склало менше 7%.

4. Отже, для забезпечення сталого розвитку України у повоєнний час, на нашу думку, необхідним є інвестування у розвиток науково-технічної потенціалу країни, що сприятиме формування національних високотехнологічних галузей економіки і досягнення цільових показників стратегічного розвитку.

Список використаних джерел

1. Galindo-Rueda F., Verger F. OECD Taxonomy of Economic Activities Based on R&D Intensity. Paris: OECD, 2016.

2. Марушевський Г., Руденко Л., Тимочко Т. Стратегія сталого розвитку України до 2030 року: розробка і шлях до визнання // Світогляд. 2017. № 1 (63). Р. 20–25.

3. Олійник О.В. Циклічність відтворювального процесу в сільському господарстві. Харківський національний аграрний ун-т ім. В.В.Докучаєва.-Х. : ХНАУ ім. В.В.Докучаєва. Харків, 2005. 322 р.

4. Belov A.V., Svystun L.A. Simulation of trends of real estate market cyclic development // Institutional Framew. Funct. Econ. Context Transform. Collect. Sci. Artic. Publ. House «BREEZE» Montr. Can. 2015. P. 268–271.

5. Belov O., Svystun L. Study of the high-tech exports cyclicity in Germany // Sci. J. «Economics Reg. 2022. № 4(87). P. 289–300.

6. World Development Indicators | DataBank [Electronic resource]. 2022. URL: <https://databank.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG/1ff4a498/Popular-Indicators#> (accessed: 25.12.2022).

7. Uberti D. High Natural-Gas Prices Push European Manufacturers to Shift to the U.S. // Wall Street Journal. 2022.

УДК 330.341.1-022.322:332.12

МОДЕЛЬ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В РЕГІОНАЛЬНО-ПРОСТОРОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

ІРИНА КУЛАГА, ОЛЕНА ТКАЧЕНКО

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
Україна*

Сучасні регіонально-просторові дослідження мають за основу модель сталого розвитку, оскільки вона відображає соціальний, економічний та екологічний аспекти. Незважаючи на певні розбіжності у формулюванні поняття «сталий розвиток», погляди більшості дослідників сходяться на тому, що модель сталого розвитку орієнтується у своїй системній єдності на реалізацію як мінімум трьох

сумісних цілей – на забезпечення економічної ефективності, досягнення соціальної справедливості та відповідності екологічним імперативам. В окремих регіонально-просторових дослідженнях сталий розвиток сприймається як інструмент досягнення політичного компромісу щодо узгодження економічного розвитку та екологічних його обмежень [1].

Оскільки, основу будь-якої концептуальної моделі становить певна сукупність базових понять і категорій, які описують досліджуваний об'єкт, та чітко окреслені взаємозв'язки між ними, регіонально-просторові дослідження також доцільно розпочинати з уточнення сутності взаємопов'язаних у цьому контексті понять і категорій, логіка взаємозв'язку яких схематично подана на рис. 1.

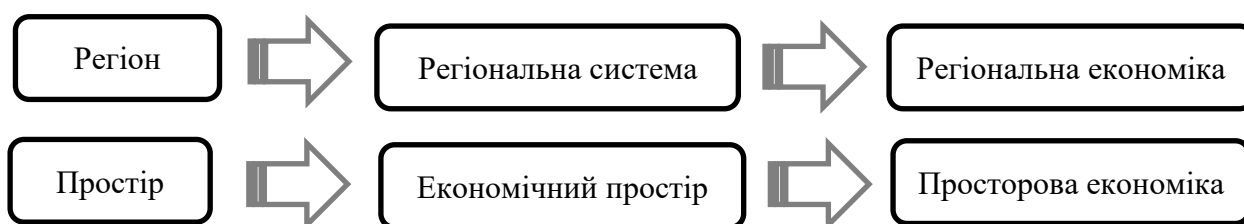


Рисунок 1 Логіка взаємозв'язку базових понять регіонально-просторових досліджень

Джерело : розробка авторів

У сучасних регіонально-просторових дослідженнях регіон розглядається як багатофункціональна і багатоаспектна система, що одночасно є елементом національної економіки та світового економічного простору загалом. З просторового погляду регіон завжди є частиною певної території, що перевищує його за масштабами. Поняття регіону перетинається з поняттям регіональної системи як частини території держави, що характеризується відносною однорідністю соціально-економічних показників або просторової близькостю до одного з центрів, які взаємодіють з іншими частинами території держави і мають в обов'язковому порядку органи управління та / або загальні програми розвитку федерального (центрального) рівня. Натомість, межі економічного простору є динамічними і змінюються залежно від зв'язків між суб'єктами економічної діяльності. Визначення сутності регіону і регіональної системи тісно пов'язано з розумінням сутності регіональної економіки як системи суспільних відносин, що історично склалася у певних межах, та являють собою сукупність взаємопов'язаних утворень і зв'язків, які забезпечують її стійкість й цілісність на макро- й мікрорівнях [2]. В свою чергу, регіональна економіка безпосередньо пов'язана з регіональним розвитком, який передбачає такий режим функціонування регіональної системи, який орієнтований на позитивну динаміку параметрів рівня і якості життя населення, забезпечену стійким, збалансованим відтворенням соціального, господарського, ресурсного й екологічного потенціалу території. І саме в цьому контексті для регіонально-просторових досліджень є доцільним взяти за основу модель сталого розвитку та, у відповідності з її соціальним, економічним та екологічним аспектами, побудувати логічну схему

взаємозв'язків таких базових понять як: розвиток - регіональний розвиток - просторовий розвиток, з покомпонентним аналізом її складників (рис.2).

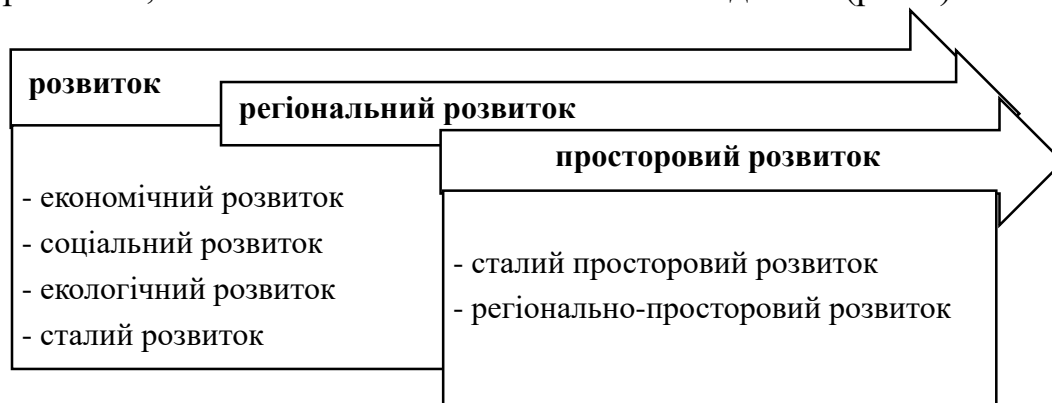


Рисунок 2 Логіка взаємозв'язку базових понять теорії регіонально-просторового розвитку

Джерело : розробка авторів

Відштовхуючись від загальнофілософського трактування розвитку, економічний розвиток можна охарактеризувати як незворотні, спрямовані, закономірні кількісно-якісні та сутнісні зміни економічної системи в довготерміновому періоді, що відбуваються під впливом економічних суперечностей, потреб та інтересів, зумовленість яких характеризується дією основних законів діалектики, що не виходять за межі глибинної внутрішньої сутності такої системи [2]. Розвиток завжди вимагає змін: соціальний розвиток передбачає перехід усіх суспільних відносин до якісно нового стану, наслідком якого є взаємодія сукупності соціальних процесів; екологічний розвиток - якісні зміни, що пов'язані з раціональним та екологічно безпечним господарюванням, високоефективним використанням природних ресурсів, збереженням та відтворенням довкілля, примноженням його якості. Пов'язані між собою системою взаємозв'язків соціальна, економічна та екологічна сфери формують просторовий каркас економіки регіону [3]. Регіональний розвиток є безперервним процесом суспільно-територіального системоутворення на основі певних закономірностей: раціонального розвитку регіональних систем, територіальної концентрації і диференціації продуктивних сил регіонів, територіальної комплексності регіональних господарств. Економічний розвиток окремого регіону не завжди забезпечує найбільш сприятливі умови для реалізації його конкурентних переваг та соціально-економічних інтересів, отже виникає необхідність формування партнерських відносин з іншими регіональними системами в просторі. В свою чергу, таке міжрегіональне співробітництво створює більш цілісний і комплексний спільний потенціал та формує систему регіонально-просторових зв'язків на основі моделі сталого розвитку.

Список використаних джерел

1 [Маланчук М.](#) Просторовий сталий розвиток суспільства як основа соціально-економічних відносин / М. Маланчук, Н. Музика, Ю. Хавар, О. Гулько // [Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія : Економіка АПК.](#) - 2019. - № 26. - С. 11-14.

2 Ткаченко О.В., Кулага І.В. Генезис та систематизація теорій регіонального розвитку // Теорія та практика регіонального розвитку: монографія/ за заг. ред. К.Ф.Ковальчука, Л.М.Савчук // Дніпро: Герда, 2016. – С. 68-79.

3 Міняйленко І.В. Просторовий розвиток регіону: еволюція сучасних уявлень щодо сутності категорії» // Електронний журнал «Ефективна економіка» - 2013. - №11. Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2518>

УДК330.101.541

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАКРОЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

ОЛЕКСАНДР ЛУК'ЯНЕНКО, ОЛЬГА ШУЛЬГА

ПВНЗ «Європейський університет», Україна

Україна, як більшість інших країн, стикається з багатьма викликами, що виникають в процесі економічного розвитку [1, с.192]. Одним з головних викликів є досягнення сталого розвитку, який відповідає потребам сьогодення без шкоди для майбутніх поколінь. Українська економіка зазнала значних перешкод, які виникали через політичні кризи, війну на сході країни, низьку інвестиційну активність, нестабільність фінансової системи та відсутність відповідних реформ. Ці виклики складають серйозні проблеми для досягнення сталого розвитку України.

Щоб зробити економіку України стійкою, важливо звернути увагу на кілька ключових аспектів, таких як забезпечення стабільності, розвиток інфраструктури та ресурсо-енергоефективність. Один із головних елементів сталого розвитку - це забезпечення стабільності в економіці. Це можна досягти через реформування системи оподаткування, зменшення корупції, підвищення рівня конкуренції, забезпечення захисту прав власності, покращення регуляторної політики та підтримки малих та середніх підприємств. Реформа системи оподаткування може забезпечити збільшення доходів держави, що дозволить підвищити рівень інвестицій. Зменшення корупції та підвищення рівня конкуренції ведуть до зменшення бюрократії та покращення бізнес-середовища. Це знову ж таки дозволить залучати більше інвестицій, збільшувати обсяги виробництва та забезпечувати стабільність в економіці.

Ще одним важливим елементом сталого розвитку є розвиток інфраструктури. Україна має значний потенціал у цьому напрямку, проте, на жаль, він не використовується на повну міру. Для досягнення сталого розвитку України необхідно зробити значний крок у напрямку розвитку транспортної інфраструктури, зокрема автошляхів, залізниць та портів. Це дозволить покращити транспортну логістику та зменшити витрати на перевезення товарів.

Розвиток енергетичної інфраструктури також є ключовим фактором для сталого розвитку України. Необхідно забезпечити розвиток альтернативних джерел енергії, зменшити залежність від імпорту енергоносіїв та підвищити рівень енергоефективності. Крім того, для досягнення сталого розвитку України необхідно звернути увагу на ресурсо-енергоефективність. Україна має значний

потенціал у цьому напрямку, проте на жаль, він не використовується на повну міру.

Для зменшення енергоспоживання в Україні необхідно проводити енергозберігаючі заходи, такі як встановлення енергоефективних систем опалення та кондиціонування повітря, підвищення ефективності виробництва, зменшення витрат на енергію та воду в господарстві. Розвиток альтернативних джерел енергії також дозволить зменшити залежність від імпорту енергоносіїв та забезпечити більш стабільний енергетичний баланс країни.

Для досягнення сталого розвитку України необхідно забезпечити належний рівень соціального захисту населення. На жаль, в Україні проблеми у цій сфері є досить гострими. Необхідно збільшити рівень оплати праці, забезпечити належні умови для праці та життя працівників, забезпечити доступність медичних та соціальних послуг для всього населення, особливо для тих, хто має найменший дохід. Зокрема, для досягнення сталого розвитку України необхідно забезпечити ефективну систему соціального захисту. Це означає забезпечення мінімальних гарантованих доходів, виплату допомоги тим, хто опинився в складному матеріальному становищі, підтримку осіб з інвалідністю, дітей та пенсіонерів.

Також важливим елементом є підтримка малих та середніх підприємств, які є основою економіки країни та забезпечують працевлаштування для значної частини населення. Наступним важливим елементом сталого розвитку є збереження природних ресурсів. Україна має значний потенціал у цьому напрямку, проте на жаль, він не використовується на повну міру. Необхідно раціонально використовувати природні ресурси та забезпечити екологічну безпеку. Для цього необхідно розвивати відновлювані джерела енергії, забезпечувати бережливе використання водних та земельних ресурсів, зменшувати кількість викидів шкідливих речовин в атмосферу та водні об'єкти.

Нарешті, важливим елементом сталого розвитку є забезпечення в Україні належного рівня технологічного розвитку та інноваційного потенціалу. Це можливо досягнути через розвиток відповідних галузей, сприяння розвитку науки та освіти, а також створення сприятливих умов для інноваційних проектів та стартапів. Одним з найважливіших завдань на шляху до сталого розвитку є боротьба з корупцією та підвищення рівня правової культури. Це забезпечить створення стабільної та прозорої економічної системи, в якій підприємства та інвестори зможуть діяти на рівних умовах та знати, що їхні права будуть захищені.

У підсумку, можна сказати, що сталий розвиток макроекономіки України є складним, але дуже важливим завданням. Для досягнення цієї мети необхідно забезпечити стабільний економічний розвиток країни, зменшити рівень бідності та забезпечити ефективну систему соціального захисту, зберегти природні ресурси, забезпечити високий рівень технологічного розвитку та інноваційного потенціалу, боротися з корупцією та підвищувати рівень правової культури. Ці завдання можуть бути виконані за умови взаємодії держави, бізнесу та громадськості в цілому.

Список використаних джерел

1 Проблеми соціальної справедливості у дзеркалі сучасної економічної теорії. Ф. І. Біншток, Л. І. Єрмакова, 2002. - 192 с.

УДК 353.9:504.06:330.341

РОЛЬ ЕКОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ У СТАЛОМУ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

СВІТЛАНА КРАСНОЖОН, КАТЕРИНА МАРТИНОВА, МАРІЯ РЕДЬКА

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
Україна*

Інновації є важливим інструментом розвитку будь-якої економіки. Сьогодні багато країн активно впроваджують нові технології та інноваційні рішення в різних сферах з метою забезпечення сталого розвитку своєї економіки та підвищення конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Екологічні інновації та звичайні інновації помітно відрізняються тим, що інституційні та політичні чинники, швидше за все, відіграватимуть навіть більшу роль у перших, ніж у других. [1, с. 3]

Зміни екологічної складової відбуваються під впливом інновацій у вигляді збереження природних ресурсів і зменшення викидів в навколишнє середовище. Інноваційні рішення у галузі транспорту можуть сприяти розвитку електромобільного транспорту, що знизить забруднення повітря та підвищить екологічну стійкість економіки. Якщо казати про галузь енергетики, то інновації можуть знизити залежність від викопних палив та забезпечити розвиток екологічно чистих джерел енергії. Розглядаючи інноваційні рішення у галузі будівництва та міського планування, вони можуть сприяти розвитку зеленої інфраструктури, що підвищить екологічну стійкість та сприятиме сталому розвитку економіки.

Важливим аспектом екологічної інновації є законодавчі механізми, які дозволяють досягти поставлених заходів щодо захисту природи. Іншим аспектом є створення нових ринків, на яких продаються екологічні послуги. Наприклад, в них можна продавати послуги, такі як соціальна підтримка, стабільна продукція, енергетичні послуги тощо.

Ще одним з найважливіших аспектів екологічної інновації є створення ефективних інструментів планування, які допомагають управляти природними ресурсами, урахувавши їх вплив на економіку. Наприклад, у випадку природних катастроф, можна застосовувати механізми підвищення ризиків, політику прозорості та ринкові інcentиви, що дозволяють компенсувати збитки.

Найпоширенішими перешкодами для розвитку екоінновацій науковці виділяють наступні: інформаційні бар'єри, фінансові бар'єри, розрив між маркетинговими дослідженнями та виходом на ринок. [1, с. 5] Завдяки високим вимогам до стандартів безпеки, відсутності достатньої підтримки науково-дослідних проектів, низькій конкурентоспроможності та державних законів, які

застосовуються до розвитку екоінноваційних наукових досліджень. Це значно затримує розвиток дослідницьких проєктів та здійснення екоінноваційних ідей.

Але розвиток технологій, таких як інтелектуальна власність, природні ресурси та послуги допомагає створити унікальні можливості для перетворення природних ресурсів на потужні економічні потенціали. У процесі розвитку змінюється і підтримується динаміка відносин між технологіями, послугами та природними ресурсами.

За останні роки з'явилося безліч інновацій в сталому розвитку економіки. Одними з перших є використання блокчейну для забезпечення безпеки та прозорості в ділових процесах. Також спостерігається зростання потужності в використанні технологій, таких як програмне забезпечення, штучний інтелект та машинне навчання для підвищення ефективності та продуктивності в різних галузях. Серед екологічних інновацій можемо зазначити розвиток та розселення зеленої енергетики, підвищення ефективності використання енергії, розвиток науки та технологій для застосування цих інновацій, приведення до цілі зеленої енергетики систем транспорту та доступність до них, а також розвиток енергоефективних інфраструктур.

Прикладом екологічних інновацій є «зелені» дахи та вертикальні сади. Зелені дахи виконують функції:

- очищення повітря;
- охолодження приміщення влітку, збереження тепла взимку, тому скорочують витрати на електроенергію;
- зелень на дахах вбирає дощові опади, тому розвантажує міську дренажну систему. [2, с. 100]

Інновації мають вирішальне значення для сталого розвитку економіки та є необхідним фактором для забезпечення конкурентоспроможності країни на світовому ринку. В загальному, екологічна інновація в економіці сталого розвитку полягає в поєднанні природних ресурсів, технологій, послуг та законодавства для досягнення сталих економічних результатів. Це дозволяє підтримувати збереження природи в довгочасній перспективі і забезпечує економічний ріст та конкурентоспроможність.

Список використаних джерел

1. Нагієва Айсель Ізмаїл гизи, Михайло Зайченко. Екологічні інновації: підтримка сталого розвитку процесів, продуктів та послуг (Випуск # 46 / 2022 економіка та суспільство)
2. Чередніченко А.О. Екологічні інновації у сталому розвитку міста («Сучасна фінансова політика України: проблеми та перспективи»)

УДК 332.146.2

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ ЯН ЗАМЛИНСЬКИЙ

Національний університет «Одеська політехніка», Україна

У найближчі роки увага до питання стійкого розвитку та цифровізації у всьому світі буде тільки зростати як у суспільстві, так і в бізнесі. Отже, інвестори, клієнти, регулюючі органи, учасники ланцюгів поставок, і навіть фінансові організації будуть спочатку оцінювати, наскільки компанія підходить до критеріїв стійкого розвитку. Вже зараз етична звітність і стійкий розвиток становляться репутаційною нормою. Тому так важливо використовувати всі можливості інтелектуального аналізу даних, а для цього потрібні передові системи вивчення стану застосування цифрових технологій в будівельній галузі та вивчення загальних тенденцій розвитку будівельних підприємств.

Будівельна галузь все більше впроваджує різноманітні нові технології. Багато з цих технологій включають програмне забезпечення для управління будівництвом. Глобальна індустрія програмного забезпечення для управління будівництвом наразі оцінюється в 9,3 мільярда доларів. Програмне забезпечення для управління будівництвом допомагає керувати будівельними процесами. Підрядники, будівельники та субпідрядники використовують інструменти управління будівництвом щоб повідомляти про хід роботи, планувати ресурси, а також керувати проектами, контрактами та відстежувати бюджети.

Компанії використовують програмне забезпечення для управління будівництвом, щоб вони могли покращити розподіл робіт і переглядати весь життєвий цикл проекту. Інструменти управління будівництвом допомагають у цьому, призначаючи проекти та завдання працівникам, повідомляючи менеджерів про будь-які червоні прапорці, відстежуючи витрати проекту та зменшуючи затримки в роботі. Менеджери повинні стежити за бюджетами, термінами, якістю, переглядами, небезпеками та прогресом роботи. Керівники, як правило, займаються цими справами на місцях, але також зазвичай є певна частина управління людьми в офісі. Управління проектами, інформаційне моделювання будівель, виставлення ставок і оцінка, виставлення рахунків або виставлення рахунків – це лише деякі інструменти, які менеджери можуть використовувати для автоматизації робіт. Як обрати програмне забезпечення яке буде відповідати потребам компанії? Деякі аспекти, на які слід звернути увагу, вибираючи програмне забезпечення для управління будівельними проектами, це:

- розумна ціна;
- наявність мобільного додатку;

відстеження ваших проектів, включаючи такі елементи, як оцінки, пропозиції та ставки;

Графікроботи				
Проект	Команда	Статус	Етап	Дедлайн
Монтаж систем опалення	Бригада 1	На паузі	Вкладання труб	01.05.2023
Налагодження водопостачання	Бригада 5	В роботі	Чекаємо на інвойс	15.07.2023
Ремонт офісу	Бригада 4	Відмова	Узгодження ціни	20.04.2023
Укладання плитки в аеропорту	Бригада 3	В роботі	Закупівля матеріалу	25.06.2023
Проведення трубопровідних систем	Бригада 2	В роботі	Завершення роботи	10.05.2023

Рисунок 1. – Приклад хмарної платформи для відстеження графіку та етапів роботи (ТОВ «Реопрі»)

Джерело : розробка автора

- інструменти для керування завданнями, проектами та рахунками; наявність пам'яті для документів і зображень.

Найефективніші програми для управління будівельними проектами, як і інші види програмного забезпечення, пропонують різні варіанти налаштування безпеки. Вибираючи тип програмного забезпечення, вам слід звернути увагу на такі функції безпеки, як двофакторна автентифікація або багатфакторна автентифікація, документація, яка демонструє регулярні оновлення безпеки та виправлення, виявлення вторгнень, можливість слідкувати за діями користувача та шифрувати дані і захищати конфіденційність.

Для прикладу можемо розглянути хмарну платформу, яка надає інструменти управління проектами для різноманітних випадків використання, включаючи управління будівництвом. Це дозволяє користувачам з'єднувати всі рухомі частини в будівельних проектах, щоб досягти ефекту та дозволити командам швидше досягати цілей. Платформа працює на різних пристроях, щоб спростити керування та співпрацю між офісними та виїзними командами. Вбудоване відстеження прогресу автоматично відстежує, обчислює та оновлює інформацію про бюджети, часові рамки та ресурси на кожному етапі за допомогою інформаційних панелей і діаграм високого рівня. Інші функції включають готові до використання шаблони побудови, управління фінансами, управління портфоліо та керування документами.

Ще одним трендом є трансформація будівельної галузі у напрямку сталого розвитку. Базуючись на карті інновацій у сталому будівництві, наведений нижче рисунок ілюструє вплив 10 найкращих тенденцій сталого будівництва у 2023 році. Стартапи та масштабні компанії розробляють рішення для зменшення впливу на навколишнє середовище та підвищення ефективності будівель. 3D-друк, найпоширеніша тенденція, забезпечує гнучкість дизайну та скорочує час

виробництва. Роботи-будівельники дозволяють будівельникам автоматизувати завдання та підвищити безпеку та ефективність. Енергоефективна архітектура та біофільна архітектура, дозволяють проектувати будівлі, які оптимізують природні ресурси та добробут людей. Екологічні будівельні матеріали, кругове будівництво та безвідходне будівництво сприяють кращому поводженню з відходами та зниженню вуглецевого сліду. Зовнішнє будівництво також забезпечує послідовний і швидкий виробничий процес. Нарешті, захоплююча конструкція дозволяє використовувати віртуальну та доповнену реальність (AR та VR) для візуалізації та моделювання проектів до будівництва

3D-друк у будівельному секторі зменшує відходи матеріалу, прискорює виробництво та покращує гнучкість дизайну. Ця технологія використовується стартапами та розширюваними компаніями, щоб запропонувати креативні відповіді на питання зеленого будівництва. Для виробництва екологічно чистих будівельних матеріалів вони використовують адитивне виробництво та друк бетону.

3D Друк 20%	Будівельні роботи 13%	Екологічні будівельні матеріали 10%	Виїзне будівництво 9%
Комплексна екологічна оцінка 18%	Енергоефективне будівництво 11%	Безвідходне виробництво 6%	Біофільна архітектура 4%
		Кругове будівництво 5%	Імерсійне будівництво 4%

Рисунок 2. – Приклад хмарної платформи для відстеження графіку та етапів роботи (ТОВ «Реопрі»)

Джерело : розробка автора

Це також передбачає створення більших 3D-принтерів, які можуть виготовляти цілі будівельні конструкції. Крім того, це дозволяє виготовляти складні форми та конструкції, а також друкувати будівельні компоненти на місці. У той час як деякі принтери використовують самовідновлювальні матеріали, які усувають пошкодження, 3D-принтери також створюють конструкції з місцевих матеріалів, таких як пісок і глина.

Вплив будівлі на навколишнє середовище можна оцінити та зменшити протягом життєвого циклу будівлі за допомогою комплексної екологічної оцінки. Використання інформаційного моделювання будівлі полегшує візуалізацію систем будівлі в повному обсязі. Вплив будівельних матеріалів і процесів на навколишнє середовище оцінюється за допомогою аналізу життєвого циклу. Комплексна екологічна оцінка використовується стартапами для розробки та

впровадження цифрових рішень для збору та аналізу даних. Ці аналізи в першу чергу стосуються впливу будівельних матеріалів на навколишнє середовище, використання енергії під час будівництва та впливу на місцеві екосистеми та громади. Крім того, дизайнери використовують ці оцінки, щоб порівняти різні варіанти дизайну та покращити екологічність будівель.

У будівельному секторі роботи підвищують ефективність і сталість. Вони виконують різноманітні операції, включно з оглядом місця події та знищенням. Дрони та роботи перевіряють територію та збирають дані для відстеження розвитку, безпеки та якості. З точністю та швидкістю роботи-руйнівники руйнують будівлі та матеріали, створюючи найменшу кількість пилу та шуму. Кілька компаній розробляють інноваційні технології для роботів-конструкторів, зокрема штучний інтелект, комп'ютерне бачення та бездротове підключення. Ці методи значно зменшують будівельні відходи, одночасно підвищуючи ефективність. Крім того, переваги сталого розвитку будівельних роботів мають позитивний економічний вплив.

Будівлі з енергоефективною архітектурою менше впливають на навколишнє середовище та працюють краще. Пасивний дизайн, який контролює внутрішню температуру та освітлення будівель за допомогою природних компонентів, таких як сонячне світло, вітер і флора, є одним із методів досягнення цієї мети. Зелені дахи та стіни, які пропонують ізоляцію, управління дренажем та біорізноманіття, також включені до пасивних конструктивних особливостей. Використання ефективних систем опалення, вентиляції та кондиціонування повітря, які знижують споживання енергії та викиди парникових газів є ще одним аспектом енергоефективного будівництва. Стартапи також створюють системи управління енергією та інтелектуальні датчики для підвищення комфорту, здоров'я та добробуту мешканців.

Використовуючи екологічно чисті та відновлювані ресурси, стійкі будівельні матеріали спрямовані на мінімізацію впливу інфраструктури та споруд на навколишнє середовище. Матеріали, які зменшують кількість відходів і замінюють первинну сировину, наприклад перероблена та відновлена сталь, дерево, скло та пластик, є одними з екологічних будівельних матеріалів. Крім того, можна використовувати відновлювані та біорозкладані матеріали з рослин, таких як солома, коноплі та бамбук. Такий бетон має низький вміст вуглецю, який потребує менше цементу та містить добавки, що зменшують викиди парникових газів. Стартапи розробляють екологічні будівельні матеріали, які є ефективнішими, довговічнішими та доступнішими для підтримки екологічно відповідальних методів будівництва. Перед транспортуванням на будівельний майданчик будівельні компоненти виготовляються за межами підприємства в контрольованому середовищі. Замість будівництва на місці, на яке часто впливають погодні умови, забезпечується стабільне виробництво та вищі стандарти якості. Такі методи будівництва, як збірне виготовлення та модульне будівництво, зменшують відходи, покращують контроль якості та прискорюють процес будівництва. Цифрові технології також підвищують точність, зменшують відходи та підвищують ефективність будівництва за межами об'єкта. Будівельний бізнес і навколишнє середовище отримують вигоду від розробки стартапами

рішень для будівництва за межами майданчика, які є ефективними та екологічно вигідними.

Протягом усього життєвого циклу будівлі безвідходне будівництво спрямоване на усунення або зменшення відходів від будівництва та руйнування. Використання нетоксичних і біологічно розкладних матеріалів, максимальне використання наявних ресурсів та інтеграція процесів проектування та будівництва – все це сприяє зменшенню відходів. Ще один метод зменшення відходів – це відновлення та переробка будівельних відходів, таких як бетон, цегла та асфальт. Використання сміття як палива для виробництва електроенергії є ще одним аспектом безвідходного будівництва. Це зменшує негативний вплив на навколишнє середовище, зменшує витрати, підвищує якість і соціальну цінність.

Кругова конструкція усуває відходи та відновлює природу шляхом проектування, виробництва та циклічного споживання товарів. Це передбачає використання відновлюваних джерел енергії, дизайн для розбирання та наголос на життєвому циклі мислення для зменшення впливу на навколишнє середовище. Стартапи пропонують кругові будівельні рішення, такі як модульні будівельні системи, кругові мости, а також стійкі фарби та покриття. Ці технології дозволяють повторно використовувати та переробляти матеріали, продовжувати життєвий цикл продукту та покращувати енергоефективність.

Проектуючи, виробляючи та споживаючи продукти циклічним способом, кругове будівництво зменшує відходи та відновлює довкілля. Для того, щоб зменшити вплив на навколишнє середовище, це передбачає використання відновлюваних джерел енергії, проектування для розбирання та наголошення на життєвому циклі. Стартапи пропонують кругові будівельні системи, кільцеві мости, а також екологічно чисті фарби та покриття. Ці технології дозволяють повторно використовувати та переробляти матеріали, збільшувати термін служби продуктів і підвищувати енергоефективність.

Люди та природа пов'язані завдяки біофільному дизайну в архітектурному середовищі. Це покращує самопочуття мешканців, одночасно зменшуючи негативний вплив будівель на навколишнє середовище. Використання органічних матеріалів, таких як дерево, камінь і бамбук, є однією з його відмінних характеристик. Включення зелених насаджень, таких як сади, тераси та зелені дахи, є ще одним вирішальним фактором. Крім того, він максимально використовує природне освітлення завдяки використанню великих вікон, мансардних вікон і сонячних труб. Створюючи біометричні датчики, розумне освітлення та системи вентиляції, стартапи впливають на цю тенденцію. Таким чином, біофільна архітектура створює стійке та здорове середовище для майбутнього.

Використання цифрових технологій для оптимізації співпраці, створення прототипів, візуалізації та навчання, захоплююче будівництво покращує стійкість будівельного сектору. Створюються цифрові світи, які імітують реальні ситуації. У результаті чого зацікавлені сторони можуть тестувати та вдосконалювати проекти до початку будівництва, покращуючи комунікацію та координацію. Крім того, це забезпечує візуалізацію та дослідження проекту в реальному часі, а також

інтерактивне та безпечне навчання працівників. Технології, зокрема VR, AR, змішана реальність (MR), 3D-моделювання, хмарні обчислення та штучний інтелект, використовуються в імерсійному будівництві. Стартапи також створюють системи для управління та створення цифрових близнюків, а також дистанційної співпраці. Це веде до більш точної оцінки обсягу роботи та виявлення недоліків проекту будівельних проектів. Одним із напрямів подальших досліджень доречно вказати необхідність розробки прикладної моделі впровадження процесів цифровізації в стійку систему управління будівельною компанією.

Список використаних джерел

1. Construction Management Software <https://www.capterra.com/construction-management-software/> (дата звернення: 23.04.2023).
2. Best Construction Project Management Software 2023 <https://www.forbes.com/advisor/business/best-construction-project-management-software/> (дата звернення: 23.04.2023).
3. 11 Construction Industry Trends to Watch (2023-2026) <https://explodingtopics.com/blog/construction-industry-trends> (дата звернення: 23.04.2023).
4. Best Construction Project Management Software 2023 <https://project-management.com/top-5-construction-project-management-software/> (дата звернення: 23.04.2023).
5. Explore the Top 10 Sustainable Construction Trends in 2023 <https://www.startus-insights.com/innovators-guide/sustainable-construction-trends/> (дата звернення: 23.04.2023).

УДК 336.743

ВПЛИВ КРИПТОВАЛЮТИ НА БАНКІВСЬКУ СИСТЕМУ УКРАЇНИ

СОФІЯ ТЕСЛЮК, БОГДАН МИХАЙЛОВ

Волинський національний університет імені Лесі Українки, Україна

Криптовалюта - це вид цифрових активів, що з'явився в 2009 році з випуском біткоїну. За допомогою цифрових активів є можливість здійснювати електронні транзакції, переводити гроші та зберігати їх у віртуальних гаманцях.

В останні роки, криптовалюта стала однією з найбільш обговорюваних тем у світі фінансів оскільки вона, є альтернативою традиційним фіатним валютам та може бути використана як засіб платежу. Вона не контролюється централізованими органами, такими як уряди та банки, і не залежить від економічної політики країни.

У зв'язку з цим, дослідження впливу криптовалюти на банківську систему України стає важливим завданням, оскільки відносини між новими валютами та банківською системою стають все складнішими.

Щоб оцінити вплив криптовалюти на банківську систему України, слід звернути увагу на наступні аспекти:

Ризики для банківської системи України.

Криптовалюти не знаходяться під контролем державних регуляторів, таких як Національний банк України, що може створювати ризики для фінансової стабільності в країні, крім того, криптовалюта не має гарантій збереження вкладів, які є у банківській системі.

Можливості для розвитку банківської системи України.

Криптовалюта може стати стимулом впровадження нових технологій та інновацій для банківської системи України, що дозволить покращити якість обслуговування клієнтів та забезпечити конкурентоспроможність на глобальному фінансовому ринку.

Потенційні переваги використання криптовалюти.

Використання криптовалюти може забезпечити користувачам більший контроль за власними фінансами та зменшити залежність від банківської системи. Крім того, криптовалюта може знизити вартість міжнародних переказів та забезпечити швидкі та безпечні транзакції.

Регулювання криптовалюти.

Регулювання та легалізація віртуальної валюти є необхідними для того, щоб запобігти негативним наслідкам та забезпечити стабільну роботу банківської системи та економіки в цілому. Наша держава досить швидко відреагувала на використання криптовалюти в країні, але досі немає чіткої регулятивної бази щодо її використання. Це може створювати ризики для фінансової стабільності та безпеки користувачів [1].

Криптовалюта, як і будь-яка інша фінансова інновація, може мати як позитивний, так і негативний вплив на банківську систему адже це новий вид платежу в глобальній економіці та фінансовій системі.

Позитивний вплив віртуальної валюти на банківську систему України полягає в зменшенні фінансової залежності від зовнішніх інвесторів. Криптовалюта дозволяє залучати інвестиції від широкого кола інвесторів без необхідності залучення кредитів з іноземних банків. Це зменшує ризик фінансової нестабільності, що може виникнути в разі коливань валютних курсів та змін зовнішньої економічної ситуації. Крім того, криптовалюта може сприяти розвитку міжнародних платежів та зменшенню витрат на операції з платежів за кордоном, адже за допомогою цифрових грошей можна швидко та ефективно проводити транснаціональні операції без необхідності використання послуг традиційних банків, що знижує витрати на операції з переказу грошей, також криптовалюта не має міжнародних обмежень, що дозволяє здійснювати міжнародні платежі без обмежень [2].

Ще одним позитивним впливом криптовалюти на банківську систему України є збільшення конкуренції в фінансовому секторі. Криптовалюта може стати альтернативою традиційним банківським послугам, що дозволяє клієнтам вибирати найбільш ефективні та зручні для них способи зберігання та переміщення грошей. Це може сприяти розвитку нових фінансових технологій та збільшенню інновацій в банківській системі України [3].

Також, криптовалюта може здійснювати негативний вплив на банківську систему України, адже вона може призвести до зниження довіри до банків,

оскільки цифрові гроші створюють конкуренцію банківській системі, цифрові гроші також можуть збільшити обсяг нелегальних транзакцій, адже криптовалюта дає можливість здійснювати анонімні перекази. Цифрові активи можуть сприяти зростанню ризиків, що в свою чергу негативно вплинуть на фінансову стабільність. На даний час криптовалюта обмежена в своєму використанні оскільки не всі магазини та сервіси погоджуються приймати її як засіб оплати.

Отже, дослідження впливу криптовалюти на банківську систему України є важливим для розуміння того, як банки можуть пристосовуватися до змін у фінансовому середовищі та як вони можуть використовувати технології блокчейну для покращення своєї діяльності та забезпечення безпеки своїх клієнтів. Вивчення впливу криптовалюти на банківську систему також може допомогти в розробці нових бізнес-моделей для банків та створенні нових послуг для клієнтів, які можуть бути конкурентоспроможними на ринку. Криптовалюта може стати потужним засобом для розвитку банківської системи, але з іншої сторони потрібно бути обачним, оскільки вона може нести певні загрози та ризики. які можливо уникнути шляхом покращення державного регулювання, підвищення фінансової грамотності населення, взаємодії з криптовалютними компаніями і головне, розробки та впровадженню власної криптовалюти.

Список використаних джерел

1. Національний банк України: офіційний веб-сайт. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-pidbiv-pidsumki-roboti-strahovogo-rinku-u-pershomu--pivrichchi-2022-roku>.

2. Матвійчук Н. М., Теслюк С. А. Основні тенденції розвитку банківських інновацій в Україні. Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. 2021. № 1 (25). С. 79-87.

3. Козлянченко, О. М. Теоретичні аспекти функціонування банківського сектору в Україні. Проблеми і перспективи економіки та управління, (1 (21)). 2020. С. 285-292.

UDC 330.36

FACTORS OF INFLUENCE ON ECONOMY STRUCTURE OF THE IVANO-FRANKIV REGION

OKSANA SAVKO, IVANNA MELNYCHUK

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas, Ukraine

Rapidly changing processes taking place in the country's economy significantly affect the development prospects of the regions. After all, socio-economic, innovative and institutional changes are manifested in their impact on the possibilities of regional economic development. Therefore, it is important to highlight the factors that have an impact on the regional economy from the point of view of social development in order to identify and compare it with strengths and weaknesses.

Studies show that the factors influencing the structure of the region's economy, the authors [1, p. 40], divided into socio-economic, scientific-technical and institutional.

However, other researchers [2-3] note that in the regional economy it is more rational and realistic to divide factors into conservative and progressive ones, which affect such interdependent spheres of social development as economic, social and environmental.

In particular, the economic and geographical position, natural resource potential, population and labor resources, state intervention (administrative), etc. should be classified as conservative. The combination of these factors significantly affects the structure of the region's economy.

Progressive factors include: scientific and technical progress, innovative forms of territorial organization, including foreign investments, financial resources, external competition, market conditions, market institutions, etc.

Therefore, using this division of factors and on the basis of the adopted Development Strategy of the Ivano-Frankivsk Region for 2021-2027 [4], it is appropriate to single out the factors that affect the economy of the Ivano-Frankivsk Region.

Table 1

Factors, strengths and weaknesses of the economic development of the Ivano-Frankivsk region

Strengths	Weaknesses
Conservative factors	
Economic and geographical position	
1. A developed transport network, which allows you to create new and maintain existing excursion and tourist routes	1. Satisfactory condition of the road and engineering infrastructure
2. Favorable geographical location, which facilitates proximity to the borders of Poland, Hungary, Romania, Slovakia	2. Not a high level of building insulation and the use of energy-saving technologies.
3. Significant tourist attraction of the region and the city of Ivano-Frankivsk in particular	3. Unsatisfactory state of housing and communal infrastructure
4. Preserved cultural and spiritual Ukrainian traditions and values	4. Insufficient level of funds for the restoration and preservation of architectural monuments
5. A well-developed hotel and recreation network for meeting and accommodating guests and vacationers.	5. Uneven development of the recreational potential of the region
6. Gradual increase in the share of processing industry enterprises that create products with high added value.	6. High share of depreciation of fixed production assets of enterprises
7. Increase in exports of regional products.	7. Lack of a network of enterprises for the processing of municipal solid waste
8. A network of infrastructure facilities supporting small and medium-sized enterprises has been formed	8. Low purchasing power of the population
	9. Disproportions in the socio-economic development of the administrative-territorial units of the region (about 50% of enterprises are concentrated in the regional center)
Natural resource potential	
1. Favorable natural and climatic conditions and available resources that make it possible to provide health and tourist services on a permanent	1. Improper use of forest resources

basis.	
2. A well-developed raw material base of hydrocarbons and building materials (availability of gas, oil, and other mineral reserves).	2. Insufficient level of provision of high-quality drinking water in certain areas
3. High potential for the development of renewable energy on an industrial scale and in the private sector	3. Presence in the territory of the region of objects of increased ecological danger of the mining industry
	4. Insufficient level of anti-flood protection of the territories of the region
	5. Low level of environmental responsibility of business owners
Population and labor resources	
1. The young age of the population. (according to calculations, the average age of the population is 38)	1. Reduction of the existing population
2. Significant amounts of funds received from labor migrants	2. Outflow of the economically active population abroad and beyond the borders of the region
3. High level of education of the population	3. The level of official employment of the population is not high and there is a lack of jobs in rural areas
4. Developed education system, powerful scientific and personnel potential	4. Insufficient level of accessibility to social, financial, and recreational infrastructure facilities for people with special needs
Progressive factors	
Innovative forms of territorial organization	
1. Availability of prerequisites for creating an innovative environment in the region	1. Insufficient level of integration science into the real sector of the economy
Financial resources	
1. Availability of free land plots and production areas suitable for the creation of industrial, technological, innovation parks	1. Lack of affordable long-term lending by banking institutions for a wide range of business entities, in particular startups
	2. Subsidy of most local budgets of the region, high dependence on the state budget

Thus, the comparison of conservative and progressive factors with strengths and weaknesses made it possible to determine the key components and trends that need to be paid attention to in the future for the social development of the region's economy.

Among the strengths of the region's economy are a good raw material base that contributes to the development of industry and the presence of natural resources that belong to the region, a developed infrastructure that contributes to the improvement of the business climate, the further integration of Ukraine into the countries of the European Union will contribute to the improvement of investment attractiveness and the environment in general. Strong tourist potential is a business card of the region and a competitive advantage among other regions of the country, the close location to the EU borders strengthens cross-border cooperation and the development of joint projects.

Among the weaknesses is a high level of wear and tear of the main production facilities of enterprises, which makes the products of domestic enterprises uncompetitive on the world market, energy and raw material-intensive, such that it does not meet the standards of the European Union, also due to the lack of modernization of

production in the region, a difficult ecological situation is observed in some cities of regional importance and districts of the region. According to the results of the main indicators analysis of the enterprises, it was determined that about 50% of the enterprises of the region are located in the city of Ivano-Frankivsk, which creates a discrepancy in the development of the territories. The low purchasing power of the population contributes to its outflow to other regions or migration abroad. Negative trends with the demographic situation are observed.

Identifying weaknesses are tasks that require the implementation of measures to eliminate and neutralize them both at the state and regional levels.

References:

1. Szukalski S. Czynniki wywołujące zmiany w strukturze gospodarki [Factors causing changes in the structure of the economy]. Acta Universitatis Lodzianis, Folia Oeconomica. 2012. Nr 19. S. 29–46
2. Włodarczyk Y. Przemiany struktur gospodarczych w ujęciu systemowym. Zeszyty naukowe wydziałowe uniwersytetu ekonomicznego w Katowicach [Changes in economic structures in terms of the system. Faculty scientific notebooks of the University of Economics in Katowice]/red. J. Czech-Rogósz, S. Swadźba. Katowicy: WUE, 2011. 217 s.
3. Semenov V.F. Regional economy: Handbook. Kyiv, МР «Lesya», 2008.-595p.
4. Development Strategy of the Ivano-Frankivsk Region for 2021-2027. URL: <https://www.if.gov.ua/strategiya-rozvitku-ivano-frankivskoyi-oblasti>

УДК 368.1

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СТРАХОВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

ОЛЕНА БОРИСЮК, БОГДАН МИХАЙЛОВ

Волинський національний університет імені Лесі Українки, Україна

Страховання є однією з ключових галузей економіки, яка забезпечує захист інтересів клієнтів та підприємств від ризиків. Україна не є винятком з цього правила, і ринок страхування в країні відносно стабільно розвивається протягом останніх років. Однак, національний ринок страхування зіткнувся з рядом викликів, які вимагають вирішення. Актуальність питання полягає в аналізі та оцінці розвитку ринку страхування в Україні, з урахуванням сучасних тенденцій та викликів.

На сьогоднішній день ринок страхування в Україні є одним з найбільш розвинених ринків в країнах Східної Європи. За даними НБУ, станом на 1 вересня 2022 року на ринку працювало 140 страховиків, 13 з яких – компанії зі страхування життя. Загальний обсяг активів страховиків порівняно з початком року (до військової агресії) майже не змінився і становив 65,7 млрд. грн. Не зменшився ні розмір прийнятних активів, ні обсяг сформованих страхових резервів (36,6 млрд. грн.). Протягом дії воєнного стану страховики не тільки не зменшили, але й наростили обсяги ліквідних активів – з 14,9 млрд. грн. до 17,2 млрд. грн [1].

Однак, розвиток ринку страхування в Україні стикається з рядом викликів. Найбільш серйозним з них є низький рівень культури страхування серед населення та підприємств. Велика частина українців не довіряє страховим компаніям, вважаючи їх шахраями або ненадійними. Крім того, відсутність належного законодавства щодо страхування та низький рівень фінансової грамотності українців сповільнюють розвиток страхового ринку України.

Низький рівень цифровізації на страховому ринку України також є вагомим обмеженням для розвитку цього сектору та вимагає прийняття заходів для підвищення ефективності взаємодії з клієнтами. Цифровізація передбачає використання цифрових пристроїв, програмного забезпечення та електронних мереж для обробки та передачі даних. Цей процес включає в себе використання широкого спектру технологій, є ключовим елементом розвитку економіки, підвищення ефективності бізнес-процесів, поліпшення якості послуг та забезпечення більшої доступності інформації для користувачів [2, с.72].

Ще одним викликом є нерозвиненість деяких видів страхування, таких як страхування життя та здоров'я. За даними НБУ, українці вкладають більше грошей у страхування авто, ніж у страхування життя та здоров'я, що свідчить про низький рівень свідомості та відповідальності населення у питаннях забезпечення своєї безпеки. Крім того, для забезпечення стійкого розвитку ринку страхування важливо забезпечити конкуренцію між страховиками та захист прав клієнтів. Для цього необхідно забезпечувати адекватне державне регулювання та забезпечувати відкритість та прозорість діяльності страхових компаній [3, с.104].

Водночас страховий ринок України, як і будь-який інший ринок, не може бути незалежним від зовнішніх факторів. Одним з таких факторів є війна, яка може значно впливає на стан та функціонування страхового ринку. Війна є складним явищем, що відображається на всіх аспектах життя країни, включаючи економіку та фінансову сферу. У першу чергу, війна знижує ступінь надійності і стабільності страхових компаній, оскільки конфлікт може призвести до знищення майна, переселення населення, втрати здоров'я та життя. Крім того, війна зменшує попит на страхові послуги, оскільки люди мають інші пріоритети у такі часи. За 2014-2022 рр. було зафіксовано зниження числа страхових компаній та збільшення кількості страхових випадків, пов'язаних з війною. Крім того, війна спричинила падіння попиту на страхові послуги, зокрема, на страхування майна та транспорту.

Незважаючи на це, ринок страхування в Україні має потенціал для подальшого розвитку. Зокрема, досягнення високої якості страхових послуг та підвищення довіри до страховиків може бути досягнуто за допомогою вдосконалення законодавства, підвищення рівня фінансової грамотності населення та розвитку різноманітних видів страхування.

Також важливим кроком до покращення ситуації на ринку страхування є забезпечення конкуренції між страховими компаніями. Для цього потрібно забезпечити адекватне державне регулювання, яке б забезпечило рівні умови конкуренції та захистило інтереси клієнтів.

Отже, розвиток вітчизняного ринку страхування є важливим елементом стійкого розвитку економіки України та забезпечення соціального захисту

населення. Перед ринком страхування постало багато проблем, що сповільнюють його розвиток і щоб цього уникнути потрібно підвищити якість послуг та доступність страхових продуктів, підвищити рівень фінансової грамотності населення, вдосконалити законодавство та державне регулювання, підвищити свідомість та відповідальність населення, прискорити запровадження новітніх технологій, забезпечення конкуренції між страховиками та захист прав клієнтів.

Список використаних джерел

1. Національний банк України: офіційний веб-сайт. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-pidbiv-pidsumki-roboti-strahovogo-rinku-u-pershomu--pivrichchi-2022-roku>.

2. Borysiuk, O., Shmatkovskaya, T. and Datsyuk-Tomchuk, M. 2021. The problems of the domestic reinsurance development in conditions of financial instability. Economic journal of Lesya Ukrainka Volyn National University. 2, 26 (Jun. 2021), 71–78. DOI:<https://doi.org/10.29038/2786-4618-2021-02-71-78>.

3. Борисюк О. В. Дацюк-Томчук М.Б. Проблеми розвитку страхування життя в умовах нестабільного фінансового середовища. Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки. Випуск Том 1 № 17, 2019. с. 100-106.

УДК 330.1:303.01

ЕКОНОМІЧНІ ІНТЕРЕСИ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

МАРИНАДУБІНІНА, ЯРОСЛАВ ТИВОНЧУК

Миколаївський національний аграрний університет, Україна

Економічні інтереси – термін, який використовується в економічній теорії для опису різних інтересів та потреб суб'єктів господарювання. Зокрема, вплив економічних інтересів на формування економічної політики країн вивчається в економічній науці вже десятиліттями. Ці інтереси можуть бути різними за своєю природою та цілями - від індивідуальних інтересів працівників та підприємців до національних інтересів держави. Вивчення економічних інтересів дозволяє розробляти більш ефективні політики та стратегії розвитку, які забезпечують належний рівень життя для населення та сталий розвиток економіки країни. Вони грають важливу роль у розвитку економіки та взаємодії між різними суб'єктами. Дослідження у цій галузі здійснюють вчені з різних країн, які намагаються зрозуміти, як впливають економічні інтереси на економічний розвиток країн та світу в цілому. Економічні інтереси є ключовим елементом економічної теорії і відіграють важливу роль в розвитку глобальної економіки.

Здавна економічні інтереси визначали хід історії та розвитку людства. З появою економіки як науки у XVI столітті, з'явилася потреба у дослідженні економічних інтересів. Перші дослідження в цій галузі здійснив Адам Сміт[1, с.5], який вивчав взаємозв'язок між економічними інтересами та економічними відносинами в капіталістичній системі. Він зазначав, що економічні інтереси

спонукають людей до взаємодії та обміну, які стимулюють розвиток торгівлі та виробництва. Великий вклад в дослідженні «економічних інтересів» внесли Дуглас Норт, Рональд Коуз та Олівер Уільямсон [2, с.25]. Вони розвивали концепцію інституціоналізму, яка стверджує, що економічний розвиток залежить від інституційних рамок, що існують у країні, та економічних інтересів. Із розвитком індустріальної революції та збільшенням масштабів виробництва, економічні інтереси стали ще більш впливовими. Розкол робітничого класу та боротьба між ним та власниками засобів виробництва, так звана «класова боротьба», стала основною темою досліджень Карла Маркса [3, с.201]. Він вивчав вплив економічних інтересів на розвиток суспільства та створив власну теорію про капіталістичне виробництво.

У ХХ столітті розвиток науки та технологій став настільки швидким, що економічні інтереси набули глобального та міжнародного значення. Вивчення економічних інтересів відіграє важливу роль в розвитку економіки та політики країн. Так, Мілтон Фрідман займався вивченням економічних інтересів у контексті вільного ринку та державної регуляції, що пізніше привело до розвитку концепції «чикагської школи» в економічній науці [4, с.144]. Пізніше, в середині ХХ століття, Даніель Канеман та Амос Тверський розпочали досліджувати вплив емоцій та психологічних факторів на прийняття економічних рішень. Вони зробили висновок, що рішення про інвестування коштів залежать не тільки від показників рентабельності, але й від людських емоцій та сприйняття ризику [5, с.26].

Українські вчені також займаються вивченням економічних інтересів. Варто згадати таких вітчизняних вчених: В. Базилевич, Н. Гражевська, Ю. Зайцева, В. Попова, Л. Канищенко, С. Мочерний, В. Савчук, І. Сала, І. Саух, А. Уразова та інших [6, с.18]. Вони досліджують проблеми внутрішньої економіки України, взаємодію економічних інтересів різних груп населення, вплив економічних інтересів на політику країни та інші важливі аспекти. Одним із важливих напрямів досліджень є вивчення впливу економічних інтересів на економічний розвиток України та її інтеграцію до світового економічного простору. Важливо розуміти, які групи населення та економічні суб'єкти мають більші інтереси у вільній торгівлі з іншими країнами та як це може вплинути на загальний розвиток країни. Крім того, українські вчені досліджують і внутрішні економічні інтереси, зокрема, взаємозв'язок економіки та політики, вплив економічних інтересів на формування правової бази в галузі економіки, а також вплив глобалізації на внутрішню економіку.

Дослідження категорії «економічні інтереси» в нашій країні набуло особливого значення після отримання незалежності в 1991 році. У перші роки незалежності, урядові інститути країни зосереджувалися на формуванні своєї економічної системи та вивченні світового досвіду управління економікою. Проте, з часом, виникла потреба визначити головні економічні інтереси країни та розробити ефективні економічні політики.

Аналіз досліджень світових та українських науковців свідчить, що економічні інтереси грають важливу роль у розвитку країни. Економіка є ключовим чинником розвитку будь-якої країни, і варто враховувати власні

інтереси при розробці стратегій економічного розвитку. Однак, науковці також зауважують, що врахування економічних інтересів повинне бути збалансованим та компромісним, з урахуванням інтересів інших країн та загального добробуту світової економіки. Розвиток економіки повинен ґрунтуватись на принципах сталого розвитку, екологічної стійкості та соціальної відповідальності.

Список використаних джерел

1. Сміт А. Дослідження про природу і причини багатства народів. Переклад О. Васильєв, М. Межевікіна, А. Малівський. – Київ : Наш формат, 2018. – 736 с.
2. Толстоног В.В., Литвиненко В.С. Обліково-контрольне забезпечення управління витратами: інституціональний підхід: монографія. – К: Фітосоціоцентр, – 2015. – 260 с
3. Удод О.Ю. Теорія відчуження Карла Маркса і класова боротьба на сучасному етапі. Україна-Європа-Світ. Міжнародний збірник наукових праць. Серія: Історія, міжнародні відносини, 2014. – С. 201-206.
4. Заклекта О., Заклекта-Берестовенко О. Гаррі Беккер дослідник-новатор соціальних аспектів економіки. Вісник Економіки, 2008. Вип.3. – С. 144-149.
5. Василенко М. Ю. Теоретичні засади поведінкової економіки. Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Трансформація фінансової системи України: тенденції та перспективи розвитку», Миколаїв, МНАУ, 2019. – С. 9-12.
6. Кібальник І.О. Економічні інтереси в системі геоeкономіки. [Сталій розвиток економіки](#). - 2013. - № 1. - С. 38-42. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2013_1_9

UDC 330.33

DIAGNOSIS OF CRISIS PHENOMENA IN THE SOCIAL AND ECONOMIC SYSTEM

IRYNA MOSPAN, IRYNA SHULGA

National Aerospace University «Kharkiv Aviation Institute», Ukraine

The concept of diagnostics and its impact on the social and economic system is studied. The main diagnostic tasks in the recognition of crisis phenomena are explained. The methodology of diagnosing crisis phenomena is given. The importance of the diagnostic process in recognizing crisis phenomena and the process in identifying weaknesses and bottlenecks in the socio-economic system are considered.

The dynamics of changes in the world provoke crisis phenomena in any socio-economic system. For its stability, it is necessary to correctly diagnose and forecast the changes provoked by the crisis. The diagnostic methods and goals chosen incorrectly, not timely recognition of the crisis can lead to the complete or partial destruction of the socio-economic system.

«Crisis is an objective phenomenon in the socio-economic system, the basis of which is the management activity of a person. And therefore, in order to prevent a crisis,

it is necessary to effectively manage the economic system. The crises characterize the level of human development, lack of knowledge, imperfect management» [1]

O. M. Skibitsky attached an important role to the general rules of crisis forecasting methodology and technology as such. Determining the main goal of predicting the crisis using two approaches: an attempt to delay the onset of the crisis; an attempt to predict the essence, promoting the elimination of obsolete elements of the system, thereby reducing the adverse consequences of the crisis, their duration and impact on the system. The next tasks are to determine the main factors and the essence and structure of the crisis,. Possible ways out of the crisis and dealing with the consequences of the crisis[2].

Among all the variety of crisis phenomena, their systematization and analysis occupies a significant place in the diagnosis of these phenomena. The diagnostics is the process of identifying and preventing the direct causes of the crisis and weaknesses of the system, which will cease to exist or undergo deformation under the influence of crisis phenomena.

Crises are related to each other, so in the case of a strategic crisis, a profit crisis arises. The diagnostics allows predicting possible crisis phenomena or reducing their impact on the social and economic system which, in turn, is capable of being destroyed under the influence of negative factors.

An important task of diagnostics is the search and selection of features that allow to investigate and describe the diagnosed system which contains various elements that are not equivalent [3].

I. V. Kryvovyazyuk, using his own methodology, gives an example of the development process and diagnosis of crisis phenomena. The following diagnostic methods are offered: the analysis of production and economic indicators of economic activity; the express - diagnosis of financial and economic activity of the enterprise; the extensive express - diagnostics, the analysis of financial stability and solvency; the comprehensive economic diagnosis of the enterprise, assessment of the probability of bankruptcy; the bankruptcy diagnosis; the diagnostics of the potential of financial and economic stability of the enterprise [3].

It should be understood that the diagnosis of the crisis phenomenon is based on the signs and factors of the crisis which, in turn, determine both external and internal causes of the crisis, as well as the correct assessment of the scale of the crisis and its further impact on the social and economic system.

The diagnostics in the management of the socio-economic system is related is associated with the rules for building a model that determine the state of the system, as well as the development of methods for diagnosing the crisis and its causes in social and economic systems [4].

The diagnostic process is exploratory in nature, allows to identify weaknesses in the socio-economic system, the state of the system itself, and to promote the stability under the influence of crisis phenomena on the system

Timely diagnosis of crisis phenomena allows to prevent the occurrence of negative phenomena that, in turn, cause the bankruptcy of the enterprise. In the case when the enterprise acts as a socio-economic system, this system as an object of diagnosis is studied.

In turn, the another type of diagnosis is the construction of models of socio-economic systems, and then their study. It is worth taking into account the crisis states of socio-economic systems and their impact on the system.

The diagnosis allows to avoid a crisis in the socio-economic system and to predict it at the enterprise with the correct diagnosis. It is possible to avoid a crisis at the enterprise with the correct diagnosis orto reduce the impact of the crisis phenomena by implementing effective anti-crisis measures.

References

1. T. Mulyar. Implementation of methods and models diagnostics of the crisis state in practice of agricultural enterprises. Economy and the state. 2017. No. 4. P. 41-45.

2. T. Sak. Diagnostics in anti-crisis management of the enterprise. URL: access: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/fiip/fiip2021/paper/viewFile/11432/9548>

3. I. Kryvovyazyuk. Methodology of diagnosing the crisis state of the enterprise. Investments: practice and experience. 2011. No. 22. P. 32-40.

4. O. Osovsky. Characteristics of organization diagnostics. URL: access: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/06/261.pdf>

УДК 336.71

КАПІТАЛ БАНКІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

АНДРІЙ НІКІТІН

КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Україна

Даний матеріал є частиною великою дослідження, в якому зібрані результати діагностичного обстеження банківської системи, основних трендів та тенденцій, які можуть суттєво впливати на розвиток банківської системи України в у мовах активної фази бойових дій. Ми вважаємо важливим донести до наукової спільноти всі чинники, що формують стабільність банківської системи і забезпечують економічну складову безпеки держави в екстремальних умовах. При цьому слід методологічно спиратись на комплексні дослідження, що проводяться вітчизняними науковцями [1].

Рівень забезпеченості банків власним капіталом за період з 01.01.2022 по 01.03.2022 ми оцінюємо як прийнятний. В цілому по системі за означений період рівень адекватності регулятивного капіталу (Н1) виріс з 18,01% до 20,34%, а рівень адекватності основного капіталу збільшився з 11,99% до 13,35% (рис 1, складено за даними [2]).

Війна вплинула на рівень забезпечення банків основним та регулятивним капіталом. Аналіз динаміки сукупного регулятивного капіталу по банківській системі України показав, що зниження Н1 відбулось на 1 червня та на 1 вересня 2022 року. Тоді Н1 знизився до 199 та 197 млрд грн відповідно, втім це суттєво не відобразилось на сукупному значенні нормативу адекватності регулятивного капіталу (Н2), динаміка якого залишалась більш менш стабільною. Сприймаючи дані рис. 1, слід прийняти до уваги, що НБУ не публікував значення нормативів по банківській системі України в самий розпал вторгнення, а саме станом на:

01.03.22, 01.04.22 та 01.05.22, на рис. 1 ми замінили їх значеннями на 01.02.2022 р. Проте, навіть без значень нормативів на ці дати видно, що з жовтня 2022 року по березень 2023 року відбувалось помітне зростання значень всіх нормативів капіталу по банківській системі.

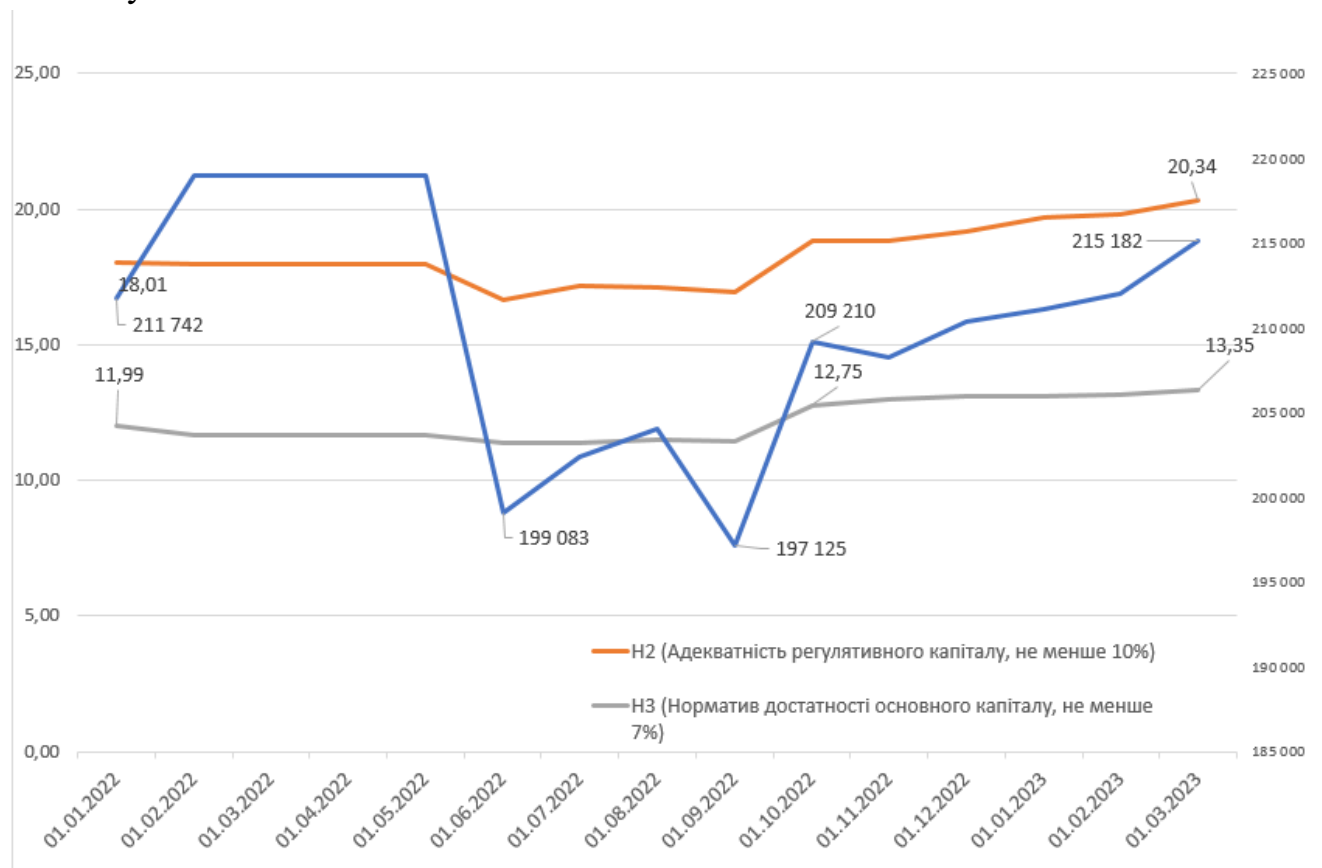


Рисунок 1 Динаміка нормативів капіталу в цілому по банківській системі України

У підсумку, станом на 01.03.2023 р. регулятивний капітал банків, адекватність регулятивного капіталу, а також адекватність основного капіталу зросли до рівнів, які були вищими за значення на 01.02.2022 р. (тобто до активної фази війни).

Ми провели аналіз забезпеченості регулятивним капіталом всіх банків, за публічною звітністю яких ведеться моніторинг, та виділили ТОП-30 банків за значенням Н2 (табл. 1, складено за даними [2]).

Таблиця 1

ТОП-30 банків за рівнем Н2, Н1 яких був більше 500 млн грн, станом на 01.03.2023 р.

№	Назва банку	Норматив адекватності регулятивного капіталу Н2	Норматив регулятивного капіталу Н1 (тис грн)
1	АТ «БАНК 3/4»	105,95%	521 155
2	АТ «УКРСИББАНК»	46,81%	13 798 576
3	АТ «АКБ «КОНКОРД»	43,18%	771 138
4	АБ «КЛІРИНГОВИЙ ДІМ»	37,82%	670 870
5	АКБ «ІНДУСТРІАЛБАНК»	37,62%	1 089 203
6	АТ «Полтава-банк»	35,54%	795 169

7	АТ «БАНК ІНВЕСТИЦІЙ ТА ЗАОЩАДЖЕНЬ»	35,20%	617 597
8	АТ «СІТІБАНК»	34,44%	2 062 036
9	АТ «ОТП БАНК»	31,55%	11 935 350
10	АТ «БАНК КРЕДИТ ДНІПРО»	28,43%	1 654 676
11	АТ «КРЕДОБАНК»	25,52%	4 007 910
12	АТ «УНІВЕРСАЛ БАНК»	25,40%	10 210 453
13	АТ КБ «ПриватБанк»	23,28%	54 560 341
14	Акціонерний банк «Південний»	22,12%	4 264 373
15	АТ «А - БАНК»	21,97%	2 400 711
16	ПАТ «БАНК ВОСТОК»	20,13%	2 086 501
17	АТ «ПРЕУС БАНК МКБ»	19,98%	547 362
18	АТ «Райффайзен Банк»	19,97%	16 536 738
19	АТ «ПУМБ»	19,38%	11 945 442
20	АТ «КРЕДІ АГРІКОЛЬ БАНК»	18,85%	6 545 187
21	АТ «КОМІНБАНК»	18,75%	587 179
22	АТ «ТАСКОМБАНК»	17,38%	2 946 935
23	АТ «ПРОКРЕДИТ БАНК»	17,18%	3 183 565
24	АТ «КБ «ГЛОБУС»	16,70%	574 810
25	ПАТ «МТБ БАНК»	15,84%	939 446
26	АТ «Ідея Банк»	15,80%	778 899
27	АТ «БАНК АЛЬЯНС»	15,78%	968 037
28	АТ АКБ «Львів»	15,18%	788 385
29	АТ «ПРАВЕКС БАНК»	15,14%	697 428
30	АТ «Ощадбанк»	14,54%	19 174 643

Аналізуючи дані ренкінгу за рівнем Н2 (таблиця 1), слід враховувати, що традиційно найбільший рівень Н2 мали невеликі українські банки, які не підтримували суттєвий рівень ділової активності і залишались кептивними або були банками «одного клієнта».

Крім високого рівня Н2 потрібно враховувати, що під час війни можливі різні форс-мажорні обставини, коли важливішим за нормативи капіталу стає рівень зовнішньої підтримки від акціонерів банку. На нашу думку, на стабільність роботи банківської системи найбільше впливали дві групи банків: банки, контрольовані українським урядом, та банки за участю іноземного капіталу. Аналіз історичних даних з криз минулих років (2008-2009 рр., 2014-2017 рр.) та реакція банків на виклики 2022 року показує, що саме уряд та іноземні акціонери (за виключенням російських) приходили на допомогу своїм банкам. За весь період аналізу (з 2008 року) відсутні прецеденти, коли банки, контрольовані урядом України або нерезидентами з далекого зарубіжжя, виводились з ринку.

Дані таблиці 1 щодо значень нормативну адекватності регулятивного капіталу свідчать про те, що серед банків з іноземним капіталом високий рівень Н2 мали: УкрСибБанк (BNP Paribas, Франція), Сітібанк (Citigroup, США), ОТП Банк (OTP Group, Угорщина), Кредобанк (Powszechna Kasa Oszczednosci Bank Polski Spolka Аксуїна, Польща), Піреус Банк (Piraeus Bank SA, Греція), Райффайзен Банк (RBI Group, Австрія), Креді Агріколь Банк (Credit Agricole Group, Франція), КОМІНБАНК (інвестор-нерезидент, Великобританія), Прокредит Банк (Міжнародні організації), Правекс Банк (Intesa Sanpaolo Group) і

т.д. Також в ТОП-30 банків з високим рівнем Н2 увійшли такі державні банки як: Приватбанк та Ощадбанк. Це, в тому числі, забезпечує високу оцінку надійності депозитів відповідних банків [3].

Україні і надалі варто зберігати свою банківську систему відкритою для іноземних інвесторів, що автоматично диверсифікує джерела капіталу для банківського сектору і позитивно впливає на рівень стабільності банківського сектору України.

Список використаних джерел

1. Фінансовий бізнес: інновації, фінтех, регулювання: міжнародна колективна монографія / за заг ред д.е.н., проф. Л.О. Примостки / Л.О. Примостка, І.В. Краснова, В.В. Лавренюк, Л.М. Сембієва та ін. - Київ: КНЕУ, 2022. - 375 [1] с.

2. Наглядова статистика Національного банку України: веб сайт.URL: <https://bank.gov.ua/statistic/supervision-statist>(дата звернення 30.03.2023 р.)

3. Нікітін А. Банківський система демонструє витримку // Урядовий кур'єр, 31.03.2023, №64, с.6.

УДК 336.76

ФОНДОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ

ЛЮДМИЛА ЖУРАХОВСЬКА, ДАР'Я ПАРХОМЕНКО

Державний торговельно – економічний університет, Україна

В умовах сучасності фондовий ринок є важливою та невід'ємною частиною фінансової системи ринкової економіки, який регулює обіг цінних паперів за допомогою купівлі, продажу, і визначення справедливої ринкової вартості активу — акцій компаній.

Фондовий ринок (ринок цінних паперів) – це сукупність учасників фондового ринку та правовідносин між ними щодо розміщення, обігу та обліку цінних паперів і похідних (деривативів) [1].

Фондові ринки окремих країн характеризуються такими особливостями, як великою кількістю акцій в обігу та облігацій, випущених компаніями. Для цього проаналізуємо дані Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку щодо розвитку фондового ринку України (табл. 1).

Так, протягом 2022 року загальний обсяг випусків емісійних цінних паперів, зареєстрованих Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку у січні-грудні складав 57,45 млрд грн, що менше на 54,94 млрд грн порівняно з відповідним періодом 2021 року (112,39 млрд грн). У січні-грудні 2022 року Комісія зареєструвала 20 випусків акцій на суму 35,05 млрд грн; порівняно з аналогічним періодом 2021 року обсяг зареєстрованих випусків акцій зменшився на 7,84 млрд грн.

За 2020 рік Комісією було зареєстровано 62 випусків акцій на суму майже 29 млрд грн, в той час як у 2019 році – 78 випусків акцій на суму 63,5 млрд грн, що

свідчить про зменшення обсягу зареєстрованих випусків акцій на 34,5 млрд грн у 2020 році.

Таблиця 1

Обсяг та кількість випусків акцій та облігацій підприємств, зареєстрованих Комісією протягом 2017 – 2022 рр.

	Обсяг випуску, млн грн		Кількість випусків, шт.	
	Акції	Облігації	Акції	Облігації
2017	324 844,24	8 350,30	119	114
2018	22 263,97	15 458,53	93	110
2019	63 539,38	11 206,09	78	88
2020	28 998,25	29 883,99	62	86
2021	42 884,28	9779,08	86	113
2022	35048,3	2026,45	20	39

Джерело: складено авторами на основі [2]

Однак за січень – грудень 2018 року Комісією було зареєстровано 93 випусків акцій на суму 22,26 млрд грн, а у 2017 році – 118 випусків акцій на суму 324,8 млрд грн.

Переглянувши обсяг та кількість випусків облігацій підприємств, то з таблиці 1 можна побачити, що протягом січня-грудня 2022 року Комісією зареєстровано 39 випусків облігацій підприємств на суму 2,03 млрд грн. та випуски облігацій підприємств у іноземній валюті на 6,4 млн. доларів США, а це у порівнянні з 2021 роком є менше на 7,95 млрд грн. А в 2020 році є на 18,7 млрд грн більшим, ніж у 2019 році і становить 29,9 млрд грн.

Так, проаналізувавши дані Національного інституту статистики Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку щодо обсягу та кількості ринку щодо кількості та суми випущених акцій та корпоративних боргових цінних паперів, то можна зробити висновок, що протягом досліджуваного періоду тенденція до зростання обсягу випуску акцій спостерігається лише у 2019 році, а обсягу облігацій підприємств – у 2018 та 2020 роках.

З 24 лютого 2022 року через повномасштабне вторгнення росії було призупинено обіг усіх цінних паперів в Україні, а також проведення депозитарних операцій, окрім тих, які необхідні Національному банку України (НБУ) для здійснення монетарної та грошово-кредитної політики, Міністерству фінансів України (МФУ) для обслуговування державного боргу [3]. Запроваджені обмеження були вимушеними, аби протистояти паніці на фінансових ринках, яка могла їх обвалити.

Однак, вже за декілька днів 28 лютого НКЦПФР прийняла рішення щодо дозволу проведення операцій з державними цінними паперами, а особливо торгівля військовими облігаціями.

Загальний обсяг торгів на ПФТС у серпні 2022 року сягнув 5,5 млрд грн, що в дев'ять разів перевищує показник липня 2022 року та в чотири рази - показник серпня 2021 року. Основною причиною зростання стало відновлення торгів усіма

цінними паперами, допущеними до торгів на ПФТС: з 02 березня 2022 року по 05 серпня 2022 року на ПФТС торгувалися лише військові ОВДП, а з 8 серпня на ПФТС почали торгувати звичайними ОВДП, ОВДП, муніципальними облігаціями та корпоративними облігаціями, також предметом біржових угод стали акції українських та іноземних емітентів.

У структурі торгів за серпень 2022 року частка державних облігацій склала 99,2% (ОВДП — 80%, військові ОВДП — 18,9%, облігації зовнішньої державної позики України — 0,3%), муніципальних облігацій — 0,3%, акцій іноземних емітентів — 0,3%, корпоративних облігацій — 0,1% та акцій українських емітентів — 0,01% [4].

Військові облігації відіграють важливе значення сьогодні, тому що несуть персональний фінансовий внесок у перемогу своєї країни, фінансовий інструмент забезпечений державою та мінімальні ризики втрати грошей за умови перемоги країни у війні. Щодо переваг для держави, яка є емітентом військових облігацій, то це насамперед ефективна форма залучення капіталу для подальшого покриття бюджетного дефіциту, фінансування армії та військових дій країни, а також органів державної влади і решти соціальних установ.

За перший місяць повномасштабної війни Україна змогла залучити 26,43 млрд грн через продаж ОВДП, але до кінця жовтня 2022 року сума досягла 150 млрд. грн. Варто зазначити, що лєвова частка цінних паперів зосереджена у первинних дилерів – банків. Населення та бізнес володіє лише близько 20% від загального обсягу випущених ОВДП.

Що стосується ринку цінних паперів в Україні, то з початку війни НКЦПФР тимчасово призупинила торгівлю всіма фінансовими інструментами, щоб таким чином запобігти падінню ринку. Цей час був добре використаний ринком для перегляду стратегії розвитку фінансового сектору в умовах воєнного часу.

Згодом торгівлю було відновлено, але лише ОВДП, а також було розпочато новий етап вигідних взаємовідносин з Великобританією, на чєму ринку іноземні інвесториматимуть можливість придбати українські військові облігації та зробити загальний внесок як у відбудову нашої країни, так і всього вітчизняного бізнесу.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки» від 23.02.2006 №3480-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3480-15#Text>
2. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. Офіційний сайт. Аналітичні дані щодо розвитку фондового ринку. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/news/insights/>
3. Довгоочікуване рішення: НКЦПФР анонсує відновлення роботи ринків капіталу та товарних ринків [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.nssmc.gov.ua/dovhoochikuvane-rishennia-nktspfr-anonsuie-vidnovlennia-roboty-rynkiv-kapitalu-ta-tovarnykh-rynkiv/>.
4. НБУ. Статистика щодо продажу та погашення ОВДП (жовтень 2022 р.) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/zaluchennya-ukrayini-vid-prodaju-ovdp-na-auktsionah-z-pochatku-povnomasshtabnoyi-viyini-perevischuyut-ekvivalent-1491-mlrd-grn--depozitariy-nbu>.

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ДЕРЖАВИ**ОЛЬГА ПЕТРЕНКО, ВЛАДИСЛАВ ПОЛІЩУК***Одеський державний аграрний університет, Україна*

Економічна безпека — включає багато факторів, які сприяють економічній стабільності та процвітанню країни. Центральним для економічної безпеки є забезпечення країни фінансовою стійкістю для протистояння внутрішнім і зовнішнім кризам, таким як рецесії, стихійні лиха або геополітичні події. Для досягнення економічної безпеки, країни повинні визначити пріоритети економічної політики, яка сприятиме сталому економічному зростанню, створенню робочих місць і зменшенню нерівності в доходах. Крім того, економічна безпека вимагає запобіжних заходів для захисту критично важливої інфраструктури, безпеки ланцюжків поставок і захисту від кіберзагроз, які можуть порушити економічну діяльність. Це актуалізує проблему вивчення та постійного моніторингу економічної безпеки, як опори соціальної та політичної стабільності країни.

Мандзіновська Х. О. зазначає, що «...економічна безпека держави виступає як основа забезпечення її суверенітету, обороноздатності, конкурентоспроможності, підтримання соціальної злагоди в суспільстві, органічного входження країни в систему світової економіки» [1, с.164].

На думку Скорук О. В. важливим є розуміння складових елементів економічної безпеки, а також своєчасного виявлення впливу негативних загроз-факторів із метою створення власної системи економічної безпеки [2, с. 41].

На рис.1 представлено фактори впливу на економічну безпеку держави.

Міжнародне співробітництво відіграє вирішальну роль у забезпеченні економічної безпеки. Враховуючи взаємозв'язок світової економіки, жодна країна не може досягти сталого економічного зростання без співпраці з іншими державами. Співпраця може приймати різні форми, включаючи торгові угоди, іноземну допомогу та спільні інвестиційні проекти. Ефективна співпраця вимагає прийняття спільних принципів і стандартів, таких як ті, що встановлені міжнародними організаціями, такими як Світова організація торгівлі та Міжнародний валютний фонд. Працюючи разом, країни можуть сприяти економічній стабільності, зниженню рівня бідності та збільшенню добробуту. Однак співпраця також вимагає компромісу та взаємної вигоди, а розбіжності між націями можуть перешкоджати прогресу. Тому міжнародне співробітництво для економічної безпеки має своїми безперервними зусиллями налагоджувати постійний діалог і співпрацю між країнами.

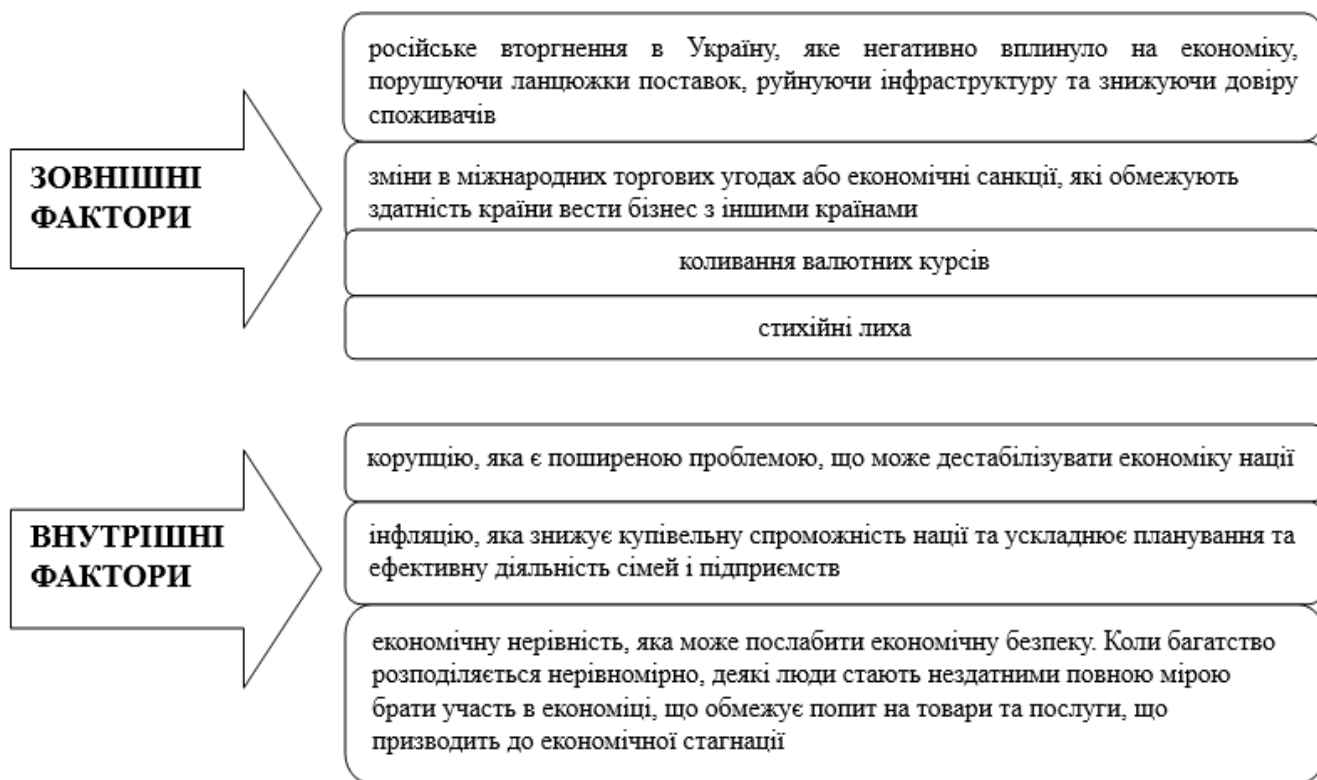


Рис. 1 Фактори впливу на економічну безпеку України

Джерело: сформовано авторами

Економічна безпека також є важливим аспектом особистого та національного розвитку. Для громадян економічна безпека означає можливість задовольнити основні потреби, такі як їжа, житло, одяг і медичне обслуговування. Відсутність економічної безпеки може призвести до бідності, безробіття та соціальної ізоляції, що може негативно вплинути на фізичне та психічне здоров'я людини. Так само національна економічна безпека гарантує стабільність національної економіки, яка є необхідною для мирного співіснування націй. Вона передбачає захист фінансової системи, галузей і ринків країни від зовнішніх і внутрішніх загроз, таких як нестабільність ринку, тероризм, стихійні лиха та кіберзагрози. Економічна нестабільність може призвести до політичної нестабільності, соціальних заворушень і міжнародних конфліктів. Тому надзвичайно важливо для окремих людей і націй віддавати пріоритет економічній безпеці для забезпечення сталого зростання та розвитку.

Для будь-якої країни важливо передбачати та контролювати зовнішні та внутрішні чинники, які потенційно можуть зашкодити її економічній безпеці. Ці проблеми необхідно вирішувати за допомогою політики та нормативних актів, які розширюють можливості громадян, зменшують корупцію та сприяють рівному економічному зростанню.

Підприємства та галузі відіграють життєво важливу роль у забезпеченні економічної безпеки не лише у відповідних секторах, а й у економіці країни загалом. Вони не тільки створюють можливості для працевлаштування, але й роблять значний внесок у валовий внутрішній продукт країни.

Пашнюк Л.О. відмічає, що «Економічна безпека підприємства забезпечується одночасно як на оперативному, так і на стратегічному рівнях. Зокрема, на оперативнотактичному рівні відбувається вирішення поточних господарських задач, пов'язаних з оптимізацією процесу використання наявних у розпорядженні підприємства ресурсів. На стратегічному ж рівні приймаються більш масштабні рішення, націлені на довгострокову перспективу [3]. Ряд авторів серед пріоритетних напрямів забезпечення економічної безпеки малих та середніх підприємств, в тому числі і аграрних виділяють інноваційний підхід. Саме інновації забезпечують стабільність і майбутнє компаніям [4, с.99].

В Україні уряд запровадив різні напрями стратегії для забезпечення економічної безпеки. Однією з ключових стратегій є затвердження та реалізація стратегії національної безпеки, яка включає такі аспекти, як економічна безпека. Крім того, Національна стратегія розвитку малих та середніх підприємств спрямована на стимулювання розвитку галузі через фінансову підтримку та податкові пільги, оскільки такі підприємства відіграють важливу роль в економіці країни. Національний план розвитку транспортної та логістичної інфраструктури та Національний план дій з енергоефективності також є важливими стратегіями зміцнення економічної безпеки. Крім того, уряд вжив заходів для боротьби з корупцією та покращення регуляторного середовища, яке сприяє залученню іноземних інвестицій та сприяє здоровому бізнес-середовищу. Загалом ця політика та стратегії демонструють спрямованість уряду створенню економічної безпеки та сталому економічному зростанню.

Таким чином, концепція економічної безпеки вимагає комплексного підходу, який охоплює різні сектори та рівні суспільства. Нішевий підхід, який віддає пріоритет зростанню, ігноруючи соціальні та екологічні аспекти, ставить під загрозу всю економічну систему. Таким чином, політики повинні прийняти цілісну перспективу, обговорюючи економічну безпеку, зосереджуючись на інклюзивному зростанні, соціальному добробуті, екологічній стійкості та регіональному розвитку. Розгляд цих різних компонентів економічної безпеки забезпечить стійкість економіки до різноманітних ризиків і потрясінь для довгострокового сталого зростання. Перш за все, інтегрований підхід до економічної безпеки має визначати пріоритет інтересів і потреб усіх верств суспільства, особливо тих, які є вразливими та маргіналізованими.

Список використаних джерел

1. Мандзіновська Х. О. Економічна безпека держави: сутність, складові елементи та проблеми забезпечення. *Наукові записки*. 2016. № 2 (53). С. 159-164
2. Скорук О. В. Економічна безпека держави: сутність, складові елементи та проблеми забезпечення. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Випуск 6, частина 3. С. 39-41
3. Пашнюк Л.О. Економічна безпека підприємства: сутність, складові та фактори забезпечення. *Інвестиції: практика та досвід*. 2012. № 22. URL: file:///C:/Documents%20and%20Settings/user/Рабочий%20стол/operaweb/ipd_2012_2_12.pdf (дата звернення 20.04.2023)
4. Чіков І., Радько В., Маршалок М., Теплюк М., Петренко О., Шарко І., Сітковська А. Економічний розвиток підприємств агропродовольчої сфери на

УДК 338

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

ГЕННАДІЙ ГАПОНЕНКО¹, НАТАЛІЯ ГАПОНЕНКО²

¹ Державний науково-дослідний інститут, Україна

² Відокремлений структурний підрозділ Кам'янець-Подільський фаховий коледж навчально-реабілітаційного закладу вищої освіти «Кам'янець-Подільський державний інститут», Україна

Вирішальне значення для безпечного (тобто стабільного, сталого) розвитку сьогодні надається сучасній освіті, яка виконує роль випереджаючого чинника реалізації необхідних суспільних змін. За рішенням Ради ЮНЕСКО з 1 січня 2005 року оголошено проведення Десятиріччя освіти для сталого розвитку. У березні 2005 року Україна стала однією з 55-ти країн, які підписали документ ООН «Стратегія освіти для сталого розвитку». Цей документ визначає основні підходи до впровадження стратегії сталого розвитку в освіту і виховання, залучення до цієї роботи працівників освіти та інших фахівців. Постановою Кабінету Міністрів України від 26 квітня 2003 р. № 634 було затверджено «Комплексну програму реалізації на національному рівні рішень, прийнятих на Всесвітньому саміті зі сталого розвитку, на 2003-2015 роки», складовими якої є системна перебудова вітчизняної освіти на засадах сталого розвитку [1].

Постановка проблеми. З'ясування необхідних умов сталого розвитку для України.

Мета тез. Розглянути і проаналізувати необхідні умови для сталого розвитку освіти в Україні.

Аналіз останніх публікацій в цьому напрямку. У наш час домінантною ідеологією розвитку суспільства та цивілізації в цілому поступово стає концепція сталого розвитку. Відповідно до неї першочерговою потребою у всіх жителів планети є формування особливого способу життя, який би ґрунтувався на ощадливому та гармонійному розвитку людства [2].

Підлеснюк В., Рудик І., Кириленко В., Вешенська І., Маслюківська О. розглянули основні критерії, за якими досягається мета сталого розвитку. Науковці до них віднесли: розвиток людського потенціалу, ефективність захищеності довкілля, бережливе ставлення до природи, розвинута економіка і зайнятість населення, розбудова знань в суспільстві, входження України в європейське суспільство [3].

Як свідчить аналіз наукових джерел, цій тематиці присвячено безліч наукових праць. Тобто наукова спільнота досить активно обговорює порушену проблему. Зазначимо навіть більше – в Україні створено і існує інститут сталого розвитку імені В'ячеслава Чорновола.

Сталий розвиток – це такий розвиток, який задовольняє потреби нинішнього часу, але не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби. Він містить два ключових поняття:

- поняття потреб, зокрема потреб, необхідних для існування найбідніших прошарків населення, які повинні бути предметом першорядного пріоритету;
- поняття обмежень, обумовлених станом технології та організації суспільства, що накладаються на здатність навколишнього середовища задовольняти нинішні та майбутні потреби [1].

Наше суспільство повинно зрозуміти необхідність змін в світі з питань екологічного, політичного, соціального, економічного і фактично всебічного розвитку людства. Такі зміни повинні бути спрямовані для забезпечення здорового та якісного життя людства.

Як висновок зазначимо, що саме освіта формує наше майбутнє через наших дітей. Тому прийнявши засади сталого розвитку як пріоритетні цілі своєї подальшої трансформації, наша держава запроваджує основні положення даної концепції у всі сфери національного господарського комплексу, а особливо в освіту.

Список використаних джерел

1. Освіта для сталого розвитку [Текст]: науково-методичний посібник / О.Є. Висоцька. Дніпропетровськ: Роял Принт, 2011. 200 с. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Vysotska_Olha/Osvita_dlia_staloho_rozvytku.pdf?PHPSESSID=g7k15unliai8kp10tqaki2c4b7 (дата звернення : 14.04.2023)
2. Шаховська Анастасія. Освітні аспекти сталого розвитку України URL: https://www.cuspu.edu.ua/images/conf-2016-10/s5/%D0%A8%D0%B0%D1%85%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F.pdf (дата звернення : 14.04.2023)
3. Подлеснюк В., Рудик І., Кириленко В., Вишенская И., Маслюковская О. Сталий розвиток освіти. Путівник За заг. ред. В. Підліснюк К.: Видавництво СПД «Ковальчук», 2005. с. 88

УДК 336.02

ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА, ЇЇ ЕФЕКТИВНІСТЬ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

РУСЛАНА БАРАБАЛЮК, МАРІЯ ПИРЧ

ВСП «Бурштинський енергетичний фаховий коледж ІФНТУНГ», Україна

Фінансова політика є однією з ключових складових економічної політики будь-якої держави. Вона визначає шляхи залучення, розподілу та використання фінансових ресурсів з метою досягнення стратегічних цілей держави. Умови воєнного стану створюють значні виклики для фінансової політики держави,

оскільки вона повинна забезпечити фінансову підтримку військових дій та одночасно забезпечити стабільність економіки.

Ефективна фінансова політика в умовах воєнного стану передбачає розумне використання фінансових ресурсів. Держава повинна забезпечити достатній рівень фінансування для потреб військових дій, однак, при цьому, необхідно піклуватися про забезпечення соціальної інфраструктури та потреб громадян. Фінансова політика повинна бути прозорою та підзвітною, щоб забезпечити ефективне використання фінансових ресурсів та запобігти корупції.

Важливою складовою ефективною фінансовою політики в умовах воєнного стану є забезпечення фінансової стабільності[1]. Держава повинна піклуватися про збереження стабільності національної валюти та фінансової системи. Для цього необхідно контролювати інфляцію та забезпечувати стабільність банківської системи.

Умови воєнного стану можуть також стати приводом для реформування фінансової системи та забезпечення сталого розвитку економіки. Держава може здійснювати інвестиції в промисловість та інфраструктуру для забезпечення потреб військових дій та одночасно створити нові можливості для розвитку економіки після війни.

Фінансова політика в умовах воєнного стану повинна бути гнучкою та адаптивною. Держава повинна бути готовою швидко реагувати на змінні умови та потреби, зокрема збільшувати фінансування військових дій у разі загострення ситуації та зменшувати його у разі поліпшення.

Одним з головних завдань фінансової політики в умовах воєнного стану є відновлення економіки після війни [2]. Держава повинна розробити стратегію економічного відновлення та забезпечити необхідні ресурси для її реалізації.

Україна зіткнулася з війною на сході країни з 2014 року. Ця війна суттєво вплинула на економіку та фінансову політику держави. У цих умовах українська фінансова політика була спрямована на забезпечення фінансової підтримки військових дій та на забезпечення соціальної та економічної стабільності країни.

Одним з перших кроків української влади стало введення валютних обмежень на вільний обіг доларів та євро з метою забезпечення стабільності національної валюти. Також було введено ряд податкових реформ, які спрямовувалися на збільшення доходів бюджету та боротьбу з корупцією.

Початок повномасштабної війни з Росією в 2014 році став великим викликом для України і її фінансової політики. Незважаючи на це, можна сказати, що Україна зуміла здійснити низку ефективних кроків у галузі фінансової політики в умовах війни.

По-перше, Україна зуміла залучити значну фінансову підтримку від міжнародних фінансових установ, зокрема Міжнародного валютного фонду (МВФ), Європейського Союзу та Європейського банку реконструкції та розвитку (ЄБРР). Це дозволило Україні отримати необхідні фінансові ресурси для забезпечення функціонування економіки та виконання необхідних реформ.

По-друге, Україна зуміла збільшити бюджетні видатки на оборону та безпеку, щоб забезпечити військову підтримку на передовій. У 2022 році Україна збільшила оборонні видатки в 9 разів порівняно з 2021 роком [3]. Також було

відновлено систему військового забезпечення, зокрема закупівлю спорядження та зброї для військових.

По-третє, Україна здійснила низку реформ, спрямованих на боротьбу з корупцією та підвищення ефективності управління державними фінансами. Наприклад, була запроваджена електронна система публічних закупівель ProZorro, що дозволила зменшити витрати на державні закупівлі та знизити корупцію.

Українська фінансова політика в умовах війни була складною, але загалом ефективною. Зокрема, Україна зуміла здійснити суттєву девальвацію національної валюти, що допомогло підтримати експорт та збільшити конкурентоспроможність внутрішнього ринку. Крім того, було введено ряд заходів з підтримки малого та середнього бізнесу, що дозволило створити нові робочі місця та підтримати економіку країни в умовах війни.

Загалом, можна сказати, що фінансова політика України під час війни була ефективною, зокрема завдяки залученню фінансової підтримки від міжнародних фінансових організацій, збільшенню бюджетних видатків на оборону та безпеку та проведенню реформ, спрямованих на боротьбу з корупцією та підвищення ефективності управління державними фінансами. Однак, є низка проблем, які потребують подальшої уваги та вирішення.

Використані літературні джерела

1 Сергій Марченко щодо забезпечення стабільності державної фінансової та бюджетної політики в умовах воєнного стану. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/sergij-marchenko-shchodo-zabezpechennya-stabilnosti-derzhavnoyi-finansovoyi-ta-byudzhetnoyi-politiki-v-umovah-voyennogo-stanu> (дата звернення: 19.04.2023)

2 Богдан Слущкий. Подушка фінансової безпеки: що має зробити Україна для виконання нової програми з МВФ. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/podushka-finansovoji-bezpeki-shcho-maye-zrobiti-ukrajina-dlya-vikonannya-novoji-programi-z-mvf-12197925.html> (дата звернення: 20.04.2023)

3 Оборонні витрати бюджету в 2022 році зросли удев'ятеро. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3668341-oboronni-vitrati-budzetu-ukraini-v-2022-roci-zrosli-udev'jatero.html> (дата звернення: 20.04.2023)

УДК 334.012.65

МАЛИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

ОЛЬГА ПЛЯШКО, СЕРГІЙ ХОМИЧ

Рівненський державний гуманітарний університет, Україна

Зарубіжний досвід і практика вітчизняних бізнесових реалій засвідчують непересічну роль малого бізнесу в економічному і соціальному розвитку, оскільки він є активним агентом суспільних змін і поступу, конкуренції, ділової активності,

мобільності та інноваційності. І хоча його індивідуальний внесок не є таким суспільно помітним як великого бізнесу, проте за різними даними, в Україні малий та середній бізнес в довоєнний час забезпечували близько 60% доданої вартості, 80% зайнятих у бізнесі працівників та 37% податкових надходжень.

Юридично малий бізнес в Україні представлений фізичними та юридичними особами, у яких середня кількість працівників за календарний рік не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро. Представники малого бізнесу, які не здійснюють види діяльності, передбачені п.291.5 Податкового кодексу України (зокрема, діяльність з підакцизними товарами, діяльність з організації і проведення азартних ігор, діяльність у фінансово-кредитній сфері, видобування, виробництво і реалізацію корисних копалин, дорогоцінних металів і каміння) з річним доходом, що не перевищує 1167 мінімальних зарплат, можуть скористатись спрощеною системою оподаткування шляхом сплати єдиного податку (п.291.4 Податкового кодексу). Основними платниками єдиного податку (більше 75%) є фізичні особи підприємці (ФОП).

За даними Опендатабот [1], чисельність активних ФОП за період 2017-2021 рр. зростала з 1,765 млн. у 2017 р. до 1,997 млн. у 2021 р. (+13%). Відповідно податкові платежі з єдиного податку зросли з 10,326 млрд.грн у 2017 р. (5503 грн/рік на одного ФОПа) до 34,8 млрд.грн (17432 грн/рік на одного ФОПа) у 2021 р. При цьому у 2021 р. ФОП сплатили рекордну за п'ять років суму єдиного податку. Найбільші суми сплачені підприємцями, що займаються торгівлею (11,5 млрд. грн.), інформаційною діяльністю та телекомунікаціями (7,8 млрд.грн.), професійною, науковою та технічною діяльністю (3,3 млрд.грн.), що пов'язано з чисельними перевагами ФОП за цими видами діяльності. Найбільше сплачених податків припадало на підприємців, що займаються постачанням електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря (46 768 грн/рік), будівництвом (42 160 грн/рік), сільським господарством (37 687 грн/рік). Податкове навантаження підприємців найбільш поширених видів діяльності становило відповідно: торгівля – 13 942 грн/рік, інформація та телекомунікації – 28 375 грн/рік, професійна, наукова та технічна діяльність – 25 743 грн/рік. Податковий борг на національному та місцевому рівнях у 2017 р. становив 16% від сум сплачених податкових зобов'язань і до 2021 р. зменшився і становив відповідно близько 6% та 13%.

У 2022 р. загальні надходження від єдиного податку до місцевих бюджетів зросли на 2% порівняно з 2021 р і становили 47,2 млрд.грн. З квітня 2022 р. ФОП 1 та 2 груп надано можливість не сплачувати єдиний податок, а бізнесу з річним оборотом до 10 млн.грн. – право переходу на спрощену систему оподаткування зі сплатою єдиного податку за ставкою 2%. Тому фактичну частку ФОП у загальній сумі сплаченого єдиного податку ще не встановлено. Проте, не зважаючи на надані пільги, упродовж 2022 р. чисельність активних ФОП зменшилась на 3672 особи. Основна причина – неможливість ведення підприємницької діяльності на територіях активних воєнних дій з подальшою ліквідацією ФОП. Разом з тим, за оперативними даними Опендатабот упродовж 2022 р. зареєстровано 192,1 тис. нових ФОПів. Найбільше (20,1 тис.) – у вересні, найменше (1,9 тис.) – у березні.

Територіально найбільшу кількість ФОП за рік зареєстровано у м.Києві (29 тис.), Львівській (16,8 тис.) та Дніпропетровській (15,9 тис.) областях, найменшу – у Луганській (914 ФОП), Херсонській (1,4 тис.) та Донецькій (3,1 тис.) областях. Найбільша частка відкритих бізнесів припала на роздрібну (25,1%) та оптову (6,2%) торгівлю, комп'ютерне програмування (14,2%) та транспорт (6,0%). За аналітичними даними [2] частка нових бізнесів у економіці є доволі помітною, тому держава повинна впроваджувати політику на їх підтримку. Згідно з даними за 2019 рік, у загальному обсязі виробленої та реалізованої продукції їхня частка є 9,7% та 8,2% відповідно, а кількість зайнятих у новостворених ФОП - 28,5% (понад 2,6 мільйона людей).

Аналіз досліджень Асоціації сталого розвитку [3] та Європейської бізнес асоціації [4,5] дозволив виділити такі основні проблеми малого бізнесу під час війни: нестача обігових коштів, проблеми у ланцюгах постачання, бюрократію як у державних, так і фінансових органах, втрата персоналу, погіршення податкового режиму насамперед у частині якості податкового законодавства, адміністрування податків і підготовки податкової звітності. Базовими потребами бізнесу є необхідність фінансової підтримки та проведення консультацій. Основною темою консультацій за даними [3] є навчитися залучати інвестиції, оскільки саме інвестиції і гранти 60% респондентів вбачають джерелом фінансової підтримки. Згідно [4] загальний індекс настроїв малого бізнесу погіршився, а частка тих, хто не задоволений поточним станом власного бізнесу і очікує подальшого погіршення ситуації зростає. Проте, 3 з 4 представників малого та середнього бізнесу планують розширення діяльності у 2023 році насамперед за рахунок розширення географії присутності, відкриття нових напрямків та виходу на зовнішні ринки, що дозволяє очікувати на позитивні сценарії розвитку національної економіки.

Список використаних джерел

1. Фопономіка. Економіка українських фопів в реальному часі. URL: <https://opendatabot.ua/open/foponomics>.
2. Аналітика Vkursi. URL: <http://surl.li/fspxa>.
3. Дослідження Асоціації експертів зі сталого розвитку щодо потреб малого та середнього бізнесу в Україні. URL: <https://asde.org.ua/forbes-doslidzeniia>.
4. Індекс настроїв малого бізнесу. Дослідження Європейської бізнес асоціації. URL: <https://eba.com.ua/wp-content/uploads/2023/02/Prezentatsiya-MSB-indeksu-2023.pdf>.
5. Податковий індекс 2022. URL: https://eba.com.ua/wp-content/uploads/2022/12/EBA_Tax_Index_2022-UKR.pdf

**CENTRAL BANKS CHALLENGES FOR DIGITAL CURRENCIES
IMPLEMENTATION**

OLENA PRYMOSTKA, ANDRII PRYMOSTKA

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Ukraine

Central bank digital currencies (CBDCs) are an electronic form of money that consumers and businesses hold with their country's central bank. By March 2023, 4 central bank digital currencies were functioning, and 114 additional countries were investigating the idea. A CBDC would be managed by a central bank and have the same security as cash. It would not be a cryptocurrency. Cryptocurrencies are typically not managed by any central authority and their value can fluctuate. One type of cryptocurrency – the stablecoin – often attempts to manage that problem by backing the 'currency' with assets. A Central Bank Digital Currency (CBDC) would be an electronic form of central bank money that could be used by households and businesses to make payments. The Bank has not yet made a decision on whether to introduce CBDC, and intends to engage widely with stakeholders on the benefits, risks and practicalities of doing so.

In some ways, CBDCs respond to the challenges posed by stablecoins. They would aim to promote reliability and stability while allowing more competition and innovation. They could enable allow new entrants to introduce more flexible approaches to payment systems. Nevertheless, implementing CBDCs also poses technical and security challenges. Such implementation would rely on giving millions of customers access to a country's central bank. So, it could create serious risks of, for instance, cyber-attack. Also, this approach raises concerns about data privacy. Furthermore, large-scale transfer of deposits from commercial banks to a central bank could threaten the stability of the current banking system. Such deposits are an important part of banks' finances, and indeed their reserves. This could have knock-on effects, such as a reduction in the availability of credit.

CBDC could present a number of opportunities for the way that the Bank achieves its objectives of maintaining monetary and financial stability.

The illustrative model of CBDC set out in this paper is intended as a basis for further discussion and research, rather than as a blueprint for a final design of CBDC. Our work so far has highlighted a number of ways that CBDC could be designed to maximise the benefits and mitigate the risks. But there are still many questions that need careful consideration. Our ongoing work on CBDC will focus on the following areas:

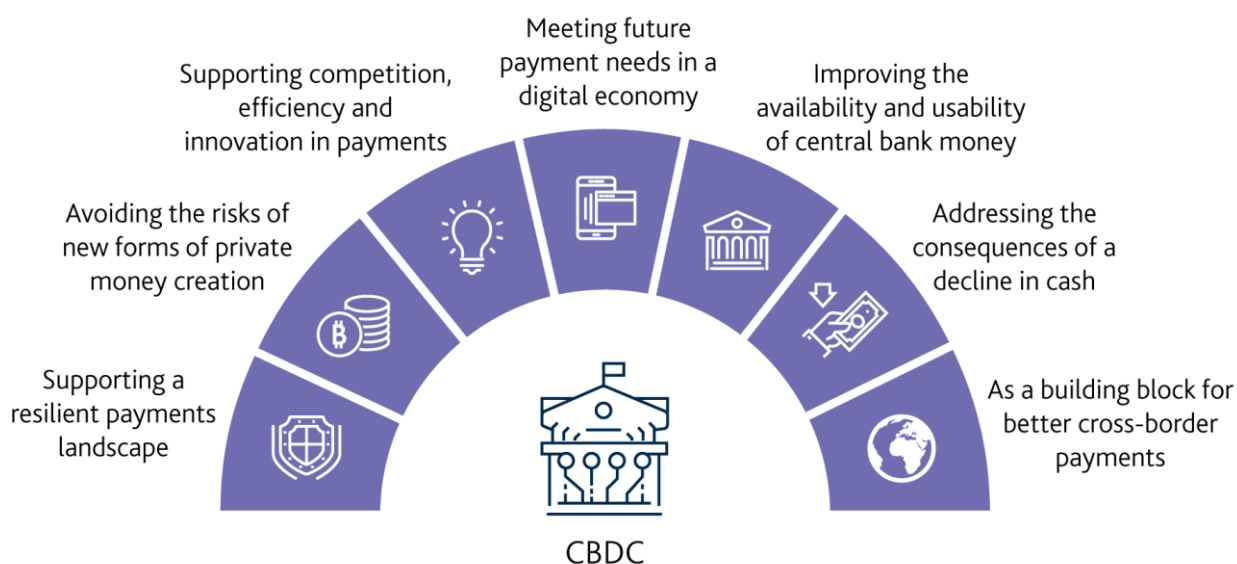


Figure 1. Opportunities for the way that the Bank achieves its objectives of maintaining monetary and financial stability

- **Impact on payments:** Understanding the benefits that CBDC could provide for payments users and for the economy more widely, taking into account that payments needs are changing as the economy becomes increasingly digital. This includes understanding how CBDC could complement or facilitate other initiatives to improve payments, particularly the significant improvement initiatives currently underway in the UK (see the appendix).

- **Impact on monetary and financial stability:** Quantifying the benefits and implications of CBDC on monetary policy and financial stability, and identifying ways to mitigate any risks. This includes understanding the impact on the Bank’s own balance sheet and operations.

- **Functionality and provision of CBDC:** Developing the design of CBDC to maximise benefits and minimise risks, and identifying the appropriate role of the public and private sector.

- **Technology:** Understanding the technology that would be most appropriate to power a CBDC, including how the Bank could build a CBDC that enables significant further innovation in payments.

УДК 351.82

МІЖНАРОДНІ МЕХАНІЗМИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК

ЛЕСЯ КОРОЛЬЧУК

Луцький національний технічний університет, Україна

Процес екологізації національних економік кінцевою метою передбачає перехід на «зелену економіку», яка визначається як низьковуглецева, ресурсоефективна та соціально інклюзивна, спрямована на зростання зайнятості

та доходів, що забезпечується державними та приватними інвестиціями в такі види економічної діяльності, як інфраструктура та активи, які дозволяють скоротити викиди вуглецю та забруднення, підвищити енерго- та ресурсоефективність, а також запобігти зменшенню біорізноманіття на планеті.

Так звані «зелені» інвестиції необхідно стимулювати та підтримувати за допомогою цільових державних видатків, політичних та податкових реформ. Програма ООН з навколишнього середовища (ЮНЕП)[2] просуває шлях розвитку, згідно якого природний капітал є найважливішим економічним активом і джерелом суспільних благ, особливо для бідних людей, чий засоби до існування залежать від природних ресурсів. Слід відзначити, що поняття «зеленої економіки» не замінює сталий розвиток, а доповнює його, створює новий фокус на економіці, інвестиціях, капіталі та інфраструктурі, зайнятості та навичках, а також позитивних соціальних та екологічних результатах.

Так, стале споживання та виробництво спрямоване на вдосконалення виробничих процесів та практики споживання для зменшення споживання ресурсів, утворення відходів та викидів протягом повного життєвого циклу процесів та продуктів, тоді як ефективність використання ресурсів стосується способів використання цих ресурсів для створення цінності для суспільства і має на меті зменшення їх кількості, а також викидів та відходів, що утворюються на одиницю продукту або послуги. Зелена економіка – це макроекономічний підхід до сталого економічного зростання з акцентом на інвестиціях, зайнятості та навичках.

ЮНЕП фокусується на підтримці національних економік на шляху їх переходу до «зеленої» економіки шляхом:

- 1) пропаганди макроекономічного підходу до сталого економічного зростання через регіональні, субрегіональні та національні форуми;
- 2) демонстрації каналів доступу до «зеленого» фінансування, технологій та інвестицій;
- 3) підтримки країн у розробці та впровадженні трансформаційної макроекономічної політики.

ЮНЕП працює над моніторингом та управлінням низкою екологічних аспектів, серед яких: інвентаризація парникових газів та пом'якшення їх деструктивного впливу, управління відходами, водокористування, енергоспоживання, друк та використання паперу, проведення віртуальних та сталих зустрічей, інформування персоналу з екологічних питань.

Крім того, в рамках Програми в Женеві розміщено Центр сталого розвитку ООН, який підтримує організації в системі ООН на шляху до кліматичної нейтральності та екологічної стійкості. Передові практики та ініціативи зі сталого розвитку поширюються по всій мережі організацій у складі ООН завдяки комунікаційній роботі, що здійснюється в рамках ініціативи «Озеленення блакиті» (Greening the Blue) [3].

ЮНЕП працює над забезпеченням трансформаційних змін для людини і природи, досліджуючи першопричини трьох планетарних криз: зміни клімату, зменшення біорізноманіття, а також забруднення та відходів. Програма реалізує сім взаємопов'язаних підпрограм: Протидія змінам клімату (Climate Action),

Боротьба з хімічними та іншими забрудненнями (Chemicals and Pollutions Action), Природоохоронні дії (Nature Action), Наукова політика (Science Policy), Екологічне управління (Environmental Governance), Фінансово-економічна та Цифрова трансформація (Finance and Economic Transformations and Digital Transformations), які всі, без виключення, засновані на принципах сталого розвитку [4].

Основна місія ЮНЕП – забезпечувати лідерство та заохочувати партнерство в процесі опікування навколишнім середовищем, надихаючи, інформуючи та надаючи можливість країнам покращувати якість свого життя без шкоди для майбутніх поколінь; визначати глобальний екологічний порядок денний, сприяти послідовному впровадженню екологічного виміру сталого розвитку в рамках системи ООН та виступати авторитетним захисником довкілля на планеті.

Також, ЮНЕП готова надавати консультаційну допомогу українському парламенту у питанні імплементації європейських законодавчих норм у сфері екології, оглянути кілька локацій, які найбільше постраждали від дій країни-агресора, а також провести консультації щодо посилення взаємодії Державної екологічної інспекції України та ЮНЕП [1].

Список використаних джерел

1. UNEP готові допомагати у питанні імплементації європейських законодавчих норм. Прес-служба Апарату Верховної Ради України. 05 січня 2023. URL: https://www.rada.gov.ua/news/news_kom/231815.html.

2. Green economy. UNEP. URL: <https://www.unep.org/regions/asia-and-pacific/regional-initiatives/supporting-resource-efficiency/green-economy>.

3. Sustainability. UNEP. URL: <https://www.unep.org/about-un-environment/sustainability>.

4. Why does UN Environment Programme matter? UNEP. URL: <https://www.unep.org/about-un-environment/why-does-un-environment-matter>.

УДК: 338.054.23

ЗАГРОЗИ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕЦІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

ТЕТЯНА САК

Волинський національний університет імені Лесі Українки, Україна

Бойові дії, що ведуться в Україні з 2014 року, суттєво позначаються на навколишньому середовищі та безпосередньо на безпеці та здоров'ї населення. Особливо гостро стала проблема еколого-економічної безпеки з початком повномасштабного вторгнення росії в Україну 2022 року. До найбільших загроз відносять: замінування територій, забруднення водойм, ґрунтів важкими металами, ракетним паливом, винищення лісів, біорізноманіття та в цілому порушення екосистеми окремих територій.

Еколого-економічні втрати у війні на даний момент підрахувати складно, адже бойові дії тривають, також ситуація підлягає щоденній зміні. Разом з тим.

ряд екологічних організацій спільно з Міністерством захисту довкілля та природних ресурсів відслідковують випадки впливу війни на довкілля. Публічно повідомлено про більш ніж 2300 випадків екологічних збитків від війни[3].

Одним із відкритих джерел даних про випадки потенційної шкоди навколишньому середовищу є карта Центру екологічних ініціатив «Екодія», де на 20.04.2023 р нараховується 973 екологічних злочинів (рис. 1).

Усі злочини в ітерактивній карті поділені на такі категорії: енергетична безпека, пошкодження промислових об'єктів, ядерна небезпека, вплив на екосистеми, вплив на морську екосистему, відходи тваринництва, інші військові дії. Найбільше екозлочинів здійснено в Дніпропетровській (222), Миколаївській (146), Харківській (130), Запорізькій (84), Донецькій (66), Луганській (53) областях, що відповідає карті активних бойових дій. Серед безлічі прикладів екологічних загроз: горіння лісу, вибухи снарядів, отруєння водою та ґрунтів, знищення промислових об'єктів з відповідними екологічними наслідками для довкілля. Конфлікти високої інтенсивності вимагають і споживають величезну кількість палива, що призводить до масових викидів CO₂ і сприяє зміні клімату [5].

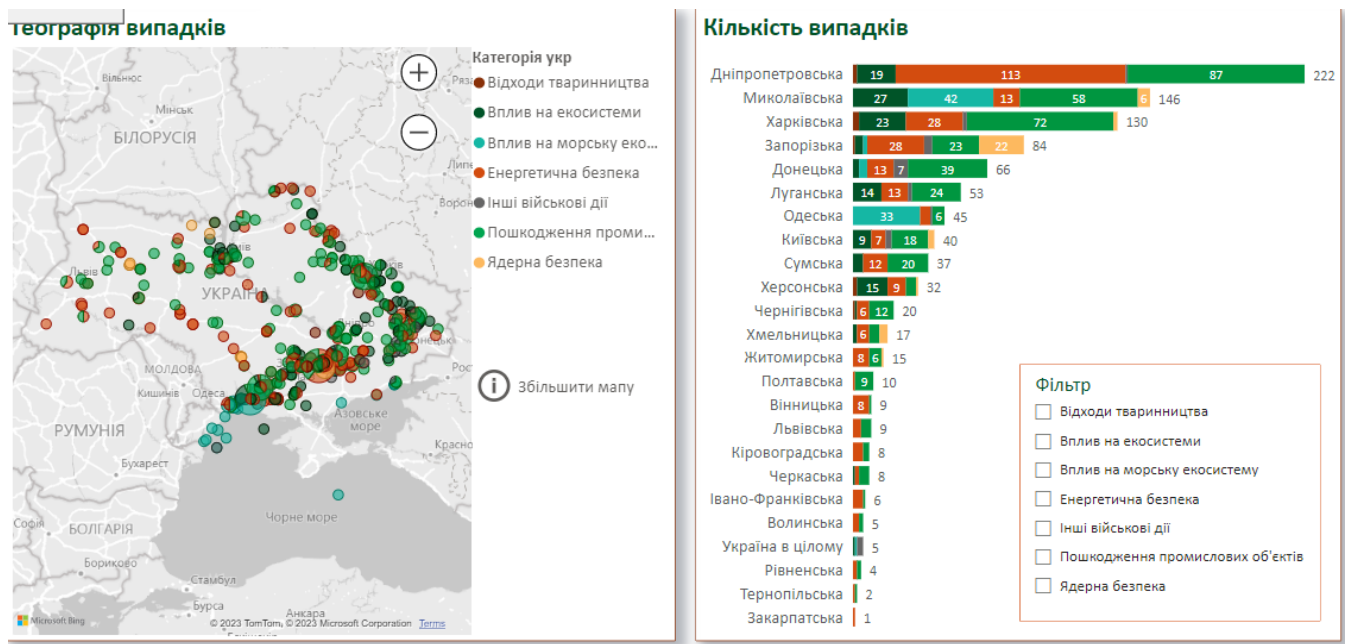


Рисунок 1 Кількість екозлочинів росії на території України станом на 20.04.2023 р.

Джерело: ГО Екодія [1]

Від військових дій страждає не лише довкілля. На міжнародній кліматичній конференції ООН зі зміни клімату в 2022 році вперше за багато років гостро було порушено питання про вплив військової промисловості та воєнних дій на клімат. Зокрема, було представлено дослідження, згідно з яким військові дії росії за сім місяців повномасштабного вторгнення вже призвели до викиду 49 млн. тонн CO₂[2]. Такі викиди за рік здійснює середньостатистична європейська країна.

Зупинка великої кількості промислових об'єктів через їх руйнування, а також скорочення населення через окупацію призвели до зменшення викидів парникових газів. Проте, за даними дослідження[4], для екологічного відновлення України потрібно додатково 50 млн. тонн CO₂. Таким чином, навіть після припинення війни, проблема залишатиметься гострою і вимагатиме спільного вирішення на світовому рівні.

Війна в Україні має катастрофічний вплив як для своєї території, так і для світу загалом. Злочини проти довкілля мають довгострокову перспективу, що спричинить збільшення смертності, незворотні втрати біорізноманіття. Відновлення еколого-економічної безпеки України за всіма складовими буде тривалим. Головним пріоритетом є реалізація проєктів, грантів на відновлення та захист довкілля, забезпечення енергоефективності та розвиток нетрадиційних джерел енергії.

Список використаних джерел

1. Випадки потенційної шкоди довкіллю, спричинені російською агресією [Інтерактивна мапа]. (б. д.). Екодія. URL: <https://ecoaction.org.ua/warmap.html>
2. Ольга Бойко. Зелений горизонт перемоги. <https://www.ipg-journal.io/ua/rubriki/ekonomika-ta-ekologija/zelenii-gorizont-peremogi-1651/>
3. Офіційний сайт Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України. URL: <https://mepr.gov.ua/news/39028.html>
4. Climate damage caused by russia's war in ukraine by Initiative on GHG accounting of war, 1 November 2022. URL: <https://climatefocus.com/wp-content/uploads/2022/11/ClimateDamageinUkraine.pdf>
5. Сак Т., Більо І., Ткачук Ю. Еколого-економічні наслідки російсько-української війни. Економіка та суспільство. 2022. №38. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-6>

УДК: 339.9: 330.341.1

ІНВЕСТИЦІЙНІ ІНТЕРЕСИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ У ДЕРЖАВНО – ПРИВАТНОМУ ПАРТНЕРСТВІ

АЛЛА СУР'ЯК

Волинський національний університет імені Лесі Українки, Україна

Сучасні бачення ролі інвестицій у пошуку та реалізації шляхів сталого розвитку економіки України актуалізують оновлення практики реалізації державно-приватного партнерства як унікальної форми інвестиційної діяльності держави та приватного партнера, що виступають як одне ціле на час впровадження проєкту. об'єднані цілями сталого розвитку економіки.

Особливої актуальності набувають шляхи сталого розвитку економіки в умовах воєнного стану це і визначення пріоритетів, напрямів. пошуку інвесторів зацікавлених не тільки в отриманні прибутків, а і в соціально значимому результаті для України, суспільства, сталого розвитку економіки України. забезпечення та зростання рівня життя її громадян. Таким шляхом може стати

державно-приватне партнерство приватного патріотичного, соціально відповідального бізнесу та відповідальної за сталий економічний розвиток України держави в особі органів державної влади, як ініціатора та організатора пошуку інвесторів, учасників державно-приватного партнерства.

У визначенні сутності державно-приватного партнерства наголошується що інвестиції є основою партнерства та формою його практичної реалізації. Оскільки, державно-приватне партнерство в сучасних дослідженнях це будь-які офіційні відносини або домовленості на фіксований період часу між державними і приватними учасниками, у якому обидві сторони взаємодіють у процесі прийняття рішення і співінвестують ресурси, такі, як гроші, персонал, устаткування й інформацію для досягнення конкретних цілей у визначеній сфері науки, технології та інновацій. То можемо виокремити сталий розвиток економіки як мету державно-приватного партнерства в умовах воєнного стану економіки.

За визначенням Світового банку державно-приватне партнерство – це угоди між публічною і приватною сторонами з приводу виробництва та надання інфраструктурних послуг, які укладаються з метою залучення додаткових інвестицій і, як засіб підвищення ефективності бюджетного фінансування.[3]

У «Зеленій книзі» Європейської комісії державно-приватне партнерство визначено як форма співпраці між органами державної влади та діловим співтовариством, метою якої є забезпечення фінансування, будівництва, реконструкції, управління та обслуговування інфраструктури чи надання послуг.[1]

Державно-приватне партнерство як шлях інвестиційного забезпечення сталого розвитку для зростання економіки та удосконалення політики широко використовується у світовій практиці господарювання [2]. В сучасних умовах це може покращити інвестиційні реалії та перспективи економіки України суттєво посприяти дієвості державно-приватного партнерства для активізації бізнесу у забезпеченні сталого розвитку економіки, сприятливого інвестиційного клімату та необхідних в сучасних умовах інвестиційних інтересів сталого розвитку.

Інвестиційними інтересами сталого розвитку партнерів у державно-приватному партнерстві будемо називати потреби забезпечення сталого розвитку економіки які реалізуються через вкладання коштів та отримання прибутку разом із суспільно значимими результатами від реалізації конкретних проектів державно-приватного партнерства. У такому державно-приватному партнерстві кожен з партнерів державно-приватного партнерства має мати загальну та свою особисту ціль забезпечення сталого розвитку економіки України, бути саме таким інвестором та мати ці інтегруючі інвестиційні інтереси. Для держави інвестиційними інтересами сталого розвитку є суспільно значимі результати та сталий розвиток економіки в умовах воєнного стану. Для приватного партнера інвестиційні інтереси сталого розвитку економіки не тільки в отриманні прибутку від діяльності але й суспільно значимий результат забезпечення обороноздатності країни. стійкості та стабільності. сталого розвитку економіки. Отже, бачимо спільність інвестиційних інтересів сталого розвитку у проектах державно-приватного партнерства яке буде його забезпечувати.

Розвиток інвестиційних інтересів сталого розвитку у напрямку забезпечення зростаючих потреб економіки в умовах воєнного стану та потреб суспільства у післявоєнний період сприятиме зростанню інвестицій та стане шляхами нового розвитку державно-приватного партнерства в Україні через:

- підвищення рівня інституційної спроможності органів державної влади і приватного сектору до впровадження державно-приватного партнерства як форми інвестиційнозабезпечення сталого розвитку;

- розвиток інтересів суспільства та органів державної влади у інвестиційному розвитку державно-приватного партнерства та реалізації інвестиційних проєктів сталого розвитку економіки на засадах державно-приватного партнерства;

- покращення інвестиційної культури забезпечення сприятливих умов для розвитку підприємницької діяльності в умовах реалізації проєктів державно-приватного партнерства

- створення ефективного механізму дотримання учасниками державно-приватного партнерства умов здійснення партнерства для реалізації стратегії сталого розвитку економіки.

Отже, формування, узгодження та реалізація інвестиційних інтересів сталого розвитку економіки у державно-приватному партнерстві сприятиме розвитку державно-приватного партнерства в Україні для сталого розвитку економіки України та економічного зростання.

Список використаних джерел

1. Comission of the European Communities. Green Paper on Public-Private Partnerships and Community Law on Public Contracts and Concessions [Electronic resource]. – Available at : http://europa.eu.int/comm/internal-market/publicprocurement/ppp_en.htm.

2. Institute for Public-Private Partnerships [Electronic resource].–Available at: http://www.ip3.org/ip3_site/2013-public-private-partnership-trends.html

3. Public-private partnerships in Europe – before and during the recent financial crisis [Electronic resource]. Economic and Financial Report 2010/04 / European Investment bank. – Available at:

УДК:330.015.3:004.891.2

КІБЕРНЕТИЧНІ ІНСТРУМЕНТИ В ЕКОНОМІЦІ: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА

ЯРОСЛАВ СУШАРНИК, КАТЕРИНА ЯКУБОВСЬКА

НРЗВО «Кам'янець-Подільський держаний інституту», Україна

Завдяки стрімкому розвитку технологій, кібернетика стала однією з найважливіших галузей сучасної економіки. Ця наука дозволяє застосовувати математичні методи та алгоритми для аналізу економічних процесів та прийняття ефективних управлінських рішень. У цій статті ми розглянемо основні кібернетичні інструменти, що використовуються в економіці, їх теоретичну базу та практичні застосування.

Одним з основних інструментів кібернетики є системний аналіз. Це науково-технічний підхід до вивчення складних систем, який базується на застосуванні інтердисциплінарних методів та моделей. В економіці системний аналіз застосовується для вивчення економічних систем, їх взаємодії та функціонування. Це дозволяє ефективно аналізувати проблеми та знаходити шляхи їх вирішення.

Ще одним важливим інструментом є математичне моделювання. Це процес створення математичної моделі економічної системи, яка дозволяє аналізувати різні сценарії розвитку та приймати обґрунтовані управлінські рішення. Математичне моделювання є ефективним інструментом для прогнозування та вивчення ефективності різних стратегій управління.

Іншим важливим інструментом є інформаційні технології, які включають в себе різноманітні програмні продукти, бази даних та інтернет-технології. Інформаційні технології дозволяють ефективно збирати, зберігати, обробляти та аналізувати великі обсяги даних про економічні процеси та тенденції. Це дає можливість розробляти точніші прогнози та розрахунки, що є важливим для прийняття рішень на макро- та мікрорівнях.

Одним з прикладів застосування кібернетичних інструментів в економіці є управління ланцюгом постачання. Це складна система, яка включає в себе багато різних елементів, від постачальників до кінцевих споживачів. Системний аналіз та математичне моделювання дозволяють оптимізувати ланцюг постачання, зменшуючи витрати та час на перехід від постачальника до споживача.

Інший приклад - це автоматизація та оптимізація фінансових процесів. Застосування інформаційних технологій та математичного моделювання дозволяє розробляти ефективні стратегії управління фінансами, мінімізуючи ризики та збільшуючи прибутковість.

Крім того, кібернетика застосовується у багатьох інших сферах економіки, наприклад, у виробничому менеджменті, маркетингу та аналізі соціальних мереж.

Узагалі, кібернетичні інструменти в економіці є важливими для забезпечення сталого економічного зростання та розвитку. Вони дозволяють ефективно аналізувати та розуміти складні економічні процеси, прогнозувати їх розвиток та приймати обґрунтовані рішення. Тому, кібернетичні інструменти стають все більш популярними серед економістів та менеджерів, які шукають нові можливості для оптимізації своєї роботи та досягнення більш високих результатів.

Однак, варто зазначити, що застосування кібернетичних інструментів в економіці також викликає певні ризики та виклики. Наприклад, збір та обробка великих обсягів даних може бути пов'язана зі збереженням та захистом конфіденційної інформації. Також, може виникнути проблема залежності від технологій, коли люди стають занадто залежними від автоматизованих процесів та систем, що може знизити їхню креативність та здатність приймати нестандартні рішення.

Отже, кібернетичні інструменти в економіці мають багато переваг та можуть допомогти досягти більш ефективного управління економічними процесами. Але їхнє застосування також пов'язане з певними ризиками та викликами, які потрібно

усвідомлювати та враховувати при розробці та впровадженні кібернетичних рішень в економіку.

Усі ці аспекти показують, що розвиток кібернетичних інструментів в економіці є важливим та актуальним напрямком, який може значно покращити рівень економічного розвитку та забезпечити сталість його досягнення.

Список використаних джерел

1.Багмет М.А., Панова Л.І., Чекан С.А. Кібернетичні технології та їх вплив на економіку Системні дослідження та інформаційні технології. – 2017. Вип. 2. С. 103-113.

2.Войтенко Н.В. Кібернетика та сучасне суспільство Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2016. № 70. С. 7-11.

3.Демидова Н. В. Кібернетика: принципи та приклади застосування Вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. 2017. № 3. С. 42-50.

УДК 368

АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

ТЕТЯНА ТЕРЕЩЕНКО, НІНА МОНЯ

Університету митної справи та фінансів, Україна

Початок ведення активних воєнних дій спричинив шоківий стан в економіці України, зокрема і на страховому ринку. Попри значні потрясіння, страховий ринок за досить нетривалий період адаптувався до нових умов, спричинених викликами воєнного часу: страховики продовжили свою діяльність, налаштували роботу і забезпечили виконання своїх зобов'язань перед клієнтами.

Протягом останніх років спостерігалася тенденція щодо зменшення кількості надавачів страхових послуг. З введенням воєнного стану даний процес стрімко пришвидшився. Зокрема, станом на 01.01.2022 в Державному реєстрі фінансових установ (ДРФУ) обліковувалося 156 страховиків, з них 13 - компанії зі страхування життя. Протягом року кількість учасників страхового ринку зменшилась на 28 страхових компаній, з них одна – зі страхування життя. Відповідно, на кінець IV кварталу 2022 року в ДРФУ обліковувалось 128 страховиків [1]. Можна констатувати, щовійна стала своєрідним каталізатором, який продемонстрував реальний стан справ кожного страховика та прискорив ліквідацію ненадійних надавачів страхових послуг. Виведення з ринку неплатоспроможних страховиків в цілому дає можливість прогнозувати покращення показників діяльності страхового ринку.

Попри значне зменшення кількісного складу страховиків на страховому ринку України, за підсумком 2022 року зріс загальний обсяг активів страхових компаній: з 64,8 млрд. грн. станом на 01.01.2022 до 70,3 млрд. грн. станом на кінець IV кварталу 2022 року (збільшився на 8,5%). Зокрема, у сегменті страхування життя приріст активів у річному вимірі склав 18%, у сегменті non-life – 6 % [2].

Накопичення фінансових ресурсів на рахунках страховиків вимагає акумулювання резервів та пошуку проектів для інвестиційної діяльності. Дана закономірність особливо актуальна в сучасних реаліях функціонування не тільки страхового, а й в цілому фінансового ринку, кон'юнктура якого характеризується значними інфляційними процесами. Протягом 2022 року інвестиційна діяльність страхових компаній характеризувалася підвищенням доходів, зокрема доходи надавачів послуг у сфері страхування життя у річному вимірі склали 30%. Також на кінець IV кварталу спостерігалось підвищення доходів страхових компаній від депозитної діяльності на 36%, порівняно з показником станом на кінець III кварталу 2022 року.

На кінець 2022 року загальний обсяг валових страхових премій зменшився на 23% порівняно з аналогічним показником 2021 року та визначався в межах 39,6 млрд.грн., з них 24,6 млрд. грн. – від страхувальників – фізичних осіб, 1,1 млрд. грн. – від перестраховальників. Зокрема у річному підсумку спостерігалось скорочення страхових премій у сегментах:

- non-life – на 21%;
- страхування життя – на 17%.

Водночас валові виплати страховиків у річному вимірі склали близько 13 млрд. грн., з них 7 млрд. грн. сплачено фізичним особам-страхувальникам. У цілому обсяги сплачених страхових відшкодувань співмірно впали на третину у сегменті non-life, натомість у сегменті страхування життя виплати за страховими договорами зросли на 7%.

Наглядова статистика НБУ щодо динаміки надходжень страхових премій та здійснення страхових виплат за 2022 рік свідчить, що найбільший спад даних показників припадає на кінець I кварталу, що пояснюється шоківим станом в економіці, спричиненим початком ведення активних воєнних дій на території України та значною невизначеністю. У подальшому падіння продовжувалось, проте менш стрімкими темпами, що пояснюється адаптацією бізнес моделей страховиків до умов роботи в реаліях воєнного стану.

За підсумком 2022 року найбільші позитивні зрушення у надходженні страхових премій спостерігалися в секторі автомобільного страхування (КАСКО, ОСЦПВ і «Зелена картка»): частка премій зросла на 10 в. п. та визначалася в межах 49%. «Зелена картка» стала драйвером підтримки страхування non-life: за період війни цей вид страхування збільшив обсяг страхових премій більш ніж удвічі, страхових виплат – майже на третину. Дані зрушення пояснюються значними еміграційними процесами, що були спровоковані воєнними діями: через досить масштабний виїзд громадян України за кордон значний сегмент користувачів, що отримували послуги від ОСЦПВ, перейшли на користування страховими продуктами «Зеленої картки», що, відповідно, спричинило значне збільшення страхових договорів по цьому виду страхування[3].

Аналізуючи види страхування, які зазнали найбільшого скорочення у 2022 році слід виділити ті, що стосуються відшкодування збитків, спричинених майновими та фінансовими ризиками. Кожен з даних видів страхування у відношенні до аналогічного періоду 2021 року зменшився більш ніж на 60% [2].

У цілому за рік страховикам довелося значно підвищити відрахування до резервів збитків: на 36% за добровільними та обов'язковими видами страхування порівняно з аналогічним показником станом на 2021 рік. Коефіцієнт збитковості страховиків на кінець 2022 року залишився досить високим. Зокрема, для обов'язкових видів страхування коефіцієнт склав 45% та 42% – для добровільних. Натомість у річному вимірі загальний коефіцієнт збитковості по страховому ринку склав 43%. Таким чином, нарощування обсягу страхових премій нівелювалося підвищенням рівня збитковості.

Проте, за даними наглядової статистики НБУ, попри значний коефіцієнт збитковості страховиків, у підсумку 2022 року діяльність страхових компаній, як з добровільних, так і з обов'язкових видів страхування, була доволі прибутковою, що свідчить про вдалу адаптацію моделей роботи страховиків до сучасного стану ринку, а також ефективну роботу з боку державного регулятора [2].

Таким чином, проаналізувавши закономірності та тенденції, що наразі склалися на страховому ринку України, можна дійти висновку, що основним гальмівним чинником, що затримує розвиток вітчизняного ринку страхових послуг є нестабільна економіко-політична ситуація в країні. Проте, попри кризові умови, страховий ринок вдало адаптував моделі своєї діяльності до поточних умов та продовжив надавати населенню страхові послуги, відповідно до чинних нормативів та стандартів.

Подальшими векторами діяльності вітчизняних страховиків в умовах війни є розвиток та популяризація окремих видів страхування, що стосуються захисту населення від ризиків, ймовірність появи яких значно підвищилася в умовах ведення бойових дій, створення комплексної системи підготовки фахівців, що будуть спеціалізуватися на найбільш гострих на сьогодні проблемах страхування, впровадження інноваційних технологій в страховій діяльності, що допоможуть спростити процес укладання страхового договору та супровідних дій, пов'язаних з процесом страхування. З боку державного регулятора діяльності страхового ринку очікується подальший ефективний контроль за діяльністю страхових компаній, їх фінансовим станом та платоспроможністю.

Список використаних джерел

1. Огляд небанківського фінансового сектору. Березень 2023 року / Національний банк України: офіційний сайт. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Nonbanking_Sector_Review_2023-03.pdf?v=4

2. Наглядова статистика НБУ небанківських фінансових послуг за 2022 рік. Національний банк України: офіційний сайт. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist#6>

3. Віблій П.І., Стець Н.С. Аналізування діяльності вітчизняних страхових компаній в умовах воєнного стану. *Інфраструктура ринку*. 2022. Випуск 69. С. 180-183.

**ЕФЕКТИВНЕ ЛІДЕРСТВО В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ЯК ЧИННИК
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ****НАТАЛІЯ ТЮХТЕНКО***Херсонський державний університет, Україна*

Сучасний розвиток перебуває під впливом значної кількості викликів, які обґрунтовують необхідність швидкого реагування на них усіма світовими і вітчизняними інституціями. Національна економічна стратегія на період до 2030 року, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 3 березня 2021 р. № 179[1], чітко визначила проблемні аспекти й окреслила шляхи їх вирішення на перспективу. Проте пандемічні процеси, військова агресія РФ, чисельні катаклізми, тотальна диджиталізація тощо актуалізували питання пошуку інноваційних управлінських механізмів до функціонування реального світового простору. Систематизація основних трендів сучасності, що зазвичай формулюються після серйозного аналізу та обговорення представниками урядів, науковців й бізнес-еліт різних країн світу, дозволить нам намітити шляхи забезпечення стратегії сталого економічного розвитку на засадах ефективного лідерства. Почнемо з розгляду еволюційних підходів до обґрунтування системи дефініцій, що характеризують світовий порядок у різні його періоди.

Так, на початку 90-их років минулого століття з'явився термін «VUCA» – модель світу, яку за завданням керівництва Пентагону сформулював американський полковник Стефан Гаррос для відповіді на питання: «як треба діяти військовим, коли бойові обставини постійно змінюються» (для України сьогодні – актуально!!!). Абревіатура моделі світу VUCA означала поєднання чотирьох головних аспектів: нестабільність (Volatility); невизначеність (Uncertainty); складність (Complexity); неоднозначність (Ambiguity). Якщо спробувати коротко описати дану модель світу, то це непередбачувані двоякі ситуації у житті і бізнесі, неможливість ефективного планування через відсутність необхідної інформації й прогнозування розробок та нових товарів; наявність значної кількості правил, норм, документів та обмежень для створення і просування на ринку нових товарів й послуг, відсутність зрозумілих чітких правил гри, що не дозволяє оцінити результат зусиль по впровадженню нової бізнес-моделі тощо [2].

Під впливом зазначеного системи освіти провідних країн світу у відповідь почали формувати у здобувачів компетентності, які дозволять протистояти ризикам VUCA-світу. В умовах сьогодення зазначені компетентності мають бути притаманними сучасним управлінцям – лідерам, які здатні активізувати послідовників на вирішення задач розвитку під впливом викликів, що швидко змінюються.

У 2007 році доктор соціології Інституту Майбутнього (США) Боб Йохансен сформулював модель поведінкового лідерства - теорію «VUCA-Prime» для можливостей забезпечення стратегії протистояння ризикам VUCA-світу. В запропонованій Б. Йохансеном моделі основними категоріями стали: бачення

(Vision) вище нестабільності; розуміння (Understanding) зменшує невизначеність; ясність (Clarity) протистоїть складності; гнучкість (Agility) допомагає здолати неоднозначність. Формування поведінкових стратегій життя людей й бізнес-середовища під впливом змін і пов'язаних з ними ризиків стали чи не головнішими аспектами управлінської діяльності, забезпечити які, з нашої точки зору, здатні лише ефективні лідери. Раніше націлене на поступовий розвиток бізнесу і ринкового середовища загалом, VUCA-середовище поглибило проблему пошуку інноваційних шляхів ефективного управління, оскільки постійні, часто – неочікувані, зміни нової реальності не давали відповідь на актуальні питання сьогодення для забезпечення бажаного рівня конкурентоспроможності окремого бізнесу і бізнес-середовища в цілому. Тому в контексті адаптивного розвитку бізнесу актуалізується поняття «лідерство», що розглядається як найвищий рівень управління в послідовності «керівництво – менеджмент - лідерство» [3], яке за умови ефективності здатне протистояти зовнішнім й внутрішнім викликам сучасності й забезпечувати сталий розвиток як окремого підприємства, так і країни в цілому.

Підтвердженням важливості ефективного лідерства в сучасних умовах непередбачуваності економічних змін світу, стали погляди Джеймса Кашіо – «Перед обличчям епохи хаосу», який запропонував модель світу «BANI», аббревіатура чого виглядає наступним чином: крихкий (Brittle); тривожність (Anxious); нелінійний (Nonlinear); незбагнений (Incomprehensible) [4]. Символічно, що зазначені вище дефініції зачіпляють в більшому ступені ні суто економічні, а соціально-емоційні аспекти бізнесу й управління ним. Крихкість, тривожність, нелінійність і незбагненність – саме ті ознаки, що виникають в процесі розгубленості під впливом швидких змін з невизначеними стратегічними орієнтирами бізнесу, системи управління ним і трудовою поведінкою кожного працівника. Концептуальне обґрунтування зміни типів управління у зв'язку зі зміною моделей світу під впливом швидких змін представимо нами на рисунку 1.

Представлений нами взаємозв'язок системно перегукується з концепціями Індустрії 4.0. та Індустрії 5.0., сформульованими і представленими науковцями, бізнес-аналітиками й практиками на Всесвітньому економічному форумі в Давосі у 2016 і 2021 роках відповідно. Треба відзначити, що концепти четвертої і п'ятої промислових революцій були запропоновані до військової агресії РФ, тому кількість викликів, що впливають на функціонування бізнесу як екосистеми, суттєво збільшилась – тому питання пошуку шляхів сучасного управління на засадах ефективного лідерства сьогодні набули актуальності як ніколи.

Як зазначив президент Правління Фонду Future Industry Platform Анджей Солдати на Першому у Східній Європі Форумі Industry 4.0, який відбувся у Києві 22 листопада 2019 року, нова реальність базується на трьох основних трендах: демографічному, екологічному, цифровізаційному [5]. В цілому можна сказати, що Індустрія 4.0. намагалась обґрунтувати трансформаційні засади впливу діджитал-технологій та зміну бізнес-моделей. На думку Європейської комісії «Індустрія 4.0 є несумісною з цілями кліматично нейтральної економіки та цілями до 2030» [6]. Індустрія 5.0., за інформацією Європейської комісії, обґрунтовує інші трансформаційні процеси, пов'язані з:

по-перше, повним з'єднанням із зеленим курсом, що веде до кращої сталості й циркулярної економіки;

по-друге, підвищення стійкості ланцюгів доданої вартості та екосистем до нових потрясінь, серед яких можуть бути пандемії, війни, стихійні лиха, зміни у геополітиці тощо [7].

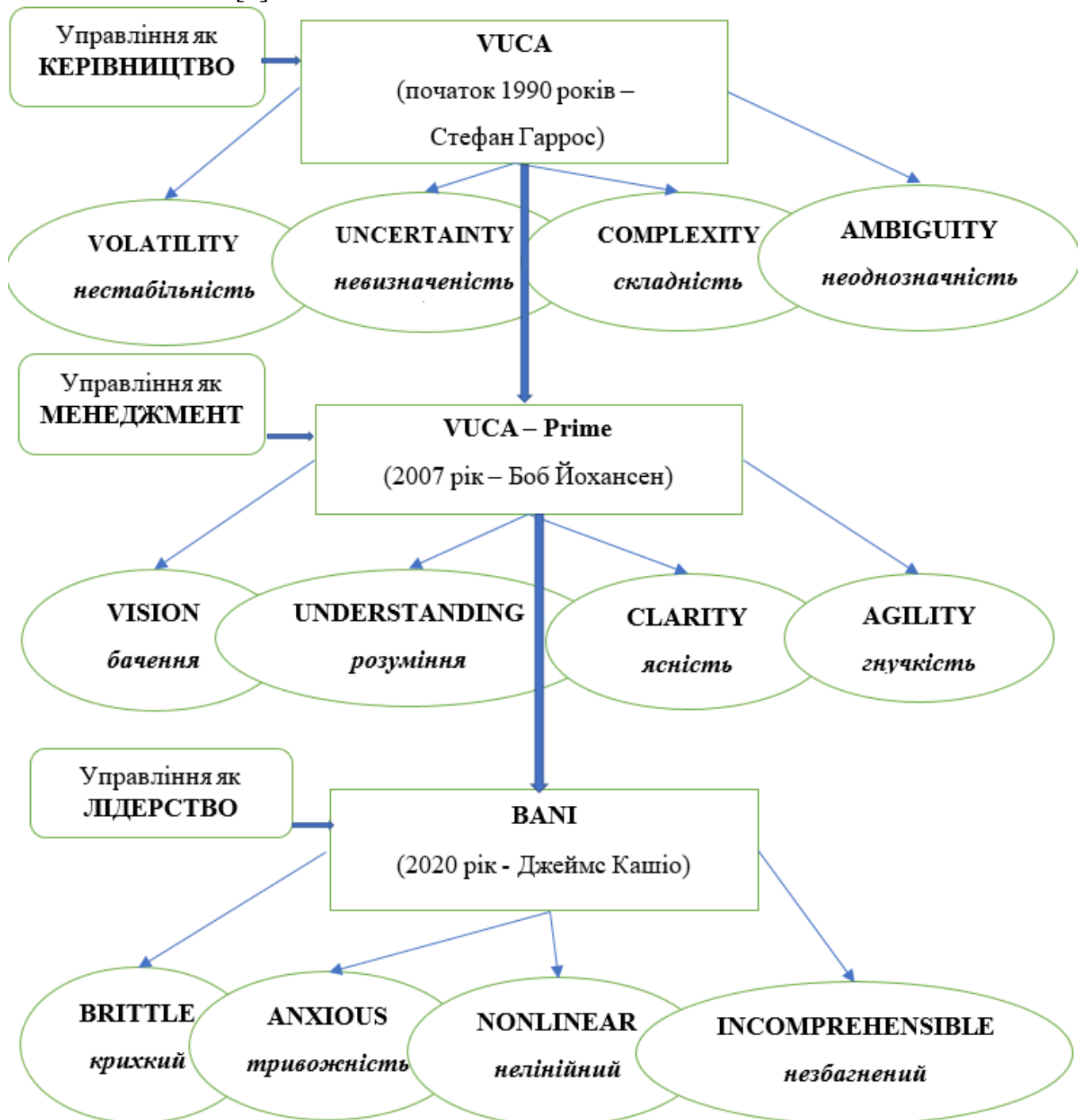


Рисунок 1 Загальна схема взаємозв'язку еволюції моделей світу і управління під впливом викликів, що швидко змінюються

Джерело : розробка автора

Для впровадження Індустрії 5.0. пропонується три кроки, що, з нашої точки зору, вкрай важливо поступово здійснювати в Україні для прискорення процесів вступу до Європейського Союзу. Серед них:

1. *Уряди 5.0.* – підкреслюється значимість державної політики та стратегії на основі кращого рівня урядування (ефективного лідерства – додано нами). Значніша роль державно-приватного партнерства й збалансованих політик.

2. *Корпоративне урядування 5.0.* - ряд змін на рівні бізнесу, де мають домінувати людино-центровані підходи, а особлива увага має фокусуватися на створенні та утриманні робочих місць, формування працівників в нових секторах ринку.

3. *Вертикальна та горизонтальна координація та синергія на усіх урядових рівнях та міжнародних стандартів* - вирівнювання та уніфікації правил та регламентів на вітчизняному, європейському та міжнародному рівнях.

Розуміння важливості ефективного лідерства в адаптаційному забезпеченні функціонування національної економіки з урахуванням швидких змін і сучасних викликів дозволить наблизити розвиток України до кращих світових зразків. Головне – це розуміння визначальної ролі людини у теперішніх й майбутніх перетвореннях, навіть у важкі часи російської агресії.

Список використаних джерел

1. Про затвердження національної економічної стратегії на період до 2030 року. Постанова Кабінету міністрів України від 3 березня 2021 року, №179. Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-nacionalnoyi-eko-a179>

2. Анна Печерна. На зміну VUCA прийшов BANI-світ: що допоможе адаптуватися. Режим доступу: <https://osvitanova.com.ua/posts/5601-na-zminu-vuca-pryishov-bani-svit-shcho-dopomozhe-adaptuvatysia>

3. Калашнікова С.А. Теоретико-методологічні засади професійної підготовки управлінців-лідерів в умовах сучасних суспільних трансформацій. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора педагогічних наук. Київ, 2011 рік, С.12.

4. Jamais Cascio. Facing the Age of Chaos. <https://medium.com/@cascio/facing-the-age-of-chaos-b00687b1f51d>

5. Ната Штука. Що таке Індустрія 4.0 і як вона змінить економіку в майбутньому. Режим доступу: <https://thepage.ua/ua/business/sho-take-industriya-40-i-yak-vona-zmunit-ekonomiku-v-majbutnomu>

6. Industry 5.0, a transformative vision for Europe. Режим доступу: Industry 5.0, a transformative vision for Europe - Publications Office of the EU (europa.eu)

7. Про Індустрію 5.0 – чому це стає актуальним для України. Режим доступу: <https://www.industry4ukraine.net/publications/pro-industriyu-5-0-chomu-cze-staye-aktualnym-dlya-ukrayiny/>

8. УКРАЇНА 2030: Доктрина збалансованого розвитку. Видання друге. — Львів: Кальварія, 2017. — 164 с. Режим доступу: <http://econom.chnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/03/E-Book-Doctrine-2030.pdf>

9. Стратегія сталого розвитку України до 2030 року: розробка і шлях до визнання / Світогляд, 2017, №1 (63). – С. 20-25. Режим доступу: <https://www.mao.kiev.ua/biblio/jscans/svitogliad/svit-2017-12-1/svitoglyad-2017-1-05-marushevsky.pdf>

**ПРО ДЕЯКІ ПІДХОДИ ДО ПОДОЛАННЯ РУЙНІВНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ
ВОЄННИХ ДІЙ РФ У НАЦІОНАЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ В
СВІТЛІ ТЕОРІЙ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ**

ЛЮДМИЛА УЛЬЯНОВА, ЮЛІЯ ЧАЙКА

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна

Функціонування ринкових країн у другій половині ХХ ст. почало ускладнюватися загостренням глобальних проблем людства, пов'язаних, головним чином, з обмеженістю виробничих ресурсів планети та їх нераціональним використанням людиною. За умов, що склалися, передові економічні школи та напрямки почали досліджувати нові явища у розвитку національних господарств, визначати заходи протидії їхньому негативному впливу на процеси суспільного виробництва країн як у теперішньому, так і майбутньому періодах. Зазначені розробки знайшли своє віддзеркалення у теоріях сталого економічного розвитку зарубіжних та вітчизняних вчених. Проте, не дивлячись на їх багатоплановість та ґрунтовність, дослідження у контексті забезпечення динамічного економічного розвитку залишаються вельми актуальними, оскільки у реальному житті постійно виникають все нові і нові складні, а, інколи і руйнівні процеси. Для української науки такою проблемою, розв'язання якої має значне теоретичне та практичне значення, стало дослідження впливу повномасштабної війни рф на життєдіяльність українського суспільства та обґрунтування шляхів відновлення національного господарства.

Аналіз офіційного фактичного матеріалу щодо руйнівних дій росії на території України показує, що війна вже нанесла багато людських та матеріальних втрат, у великих масштабах зруйновано підприємства та об'єкти енергетичної інфраструктури, порушено усі соціально-економічні та логістичні зв'язки, погіршено життя усіх українців. Так, у 2022 році ВВП України зменшився на третину, а за прогнозами на 2023 рік дефіцит державного бюджету буде становити приблизно 21% ВВП (36,5 млрд. дол.) [1]. Тоді як у Бюджетному кодексі України граничний рівень дефіцитності бюджету встановлено у 3% до номінального ВВП поточного року. Про зниження ділової активності у межах національного господарства свідчить зменшення податкових потоків до державного кошторису. У доходах державного бюджету на 1.01.2023 року питома вага податкових надходжень склала 53,14 %, у абсолютному виразі це 949764,4 млн. грн. Частка ж податків на прибуток підприємств у загальних податкових надходженнях встановила лише 12,3%, що дорівнює 117049,9 млн. грн. [2]. З початком повномасштабної війни в Україні різко підвищився індекс фінансового стресу, що характеризує високий рівень напруги у фінансовому секторі економіки. Вдвічі відбулося скорочення українського експорту, у тому числі обсягів продукції металургійної та аграрної галузей. При цьому необхідно відмітити, що на зменшення експортно-імпортних можливостей значно вплинуло блокування російськими військами морських портів, на перевозку через які приходилося дві третини від загальної української торгівлі з зарубіжними партнерами.

Виходячи зі складної ситуації в українській економіці, на наш погляд, першочерговими завданнями сучасності стало вдосконалення державного управління економічними процесами, що повинно знайти свій вираз у швидкій адаптації соціально-економічної політики України до реалій стану національного господарства воєнного періоду.

У контексті зазначеного державним органам України, відштовхуючись від надійної інформаційної основи, необхідно здійснити акцент на використання потенційних можливостей грошово-кредитних та бюджетно-податкових інструментів. Так, у сфері грошово-кредитної політики НБУ доцільно посилити контроль за організацією грошового обігу та інфляційними процесами, які зараз значно перетнули допустиму, у 5-6%, межу рівня зростання цін. Як відомо, у 2022 році, інфляція в Україні склала 26,6% [3]. Одним із дійових антиінфляційних шляхів, за нашою думкою, повинно стати припинення емісійного фінансування бюджетного дефіциту. Також пріоритетним питанням повинно залишатися забезпечення кредитними ресурсами виробничих потреб українських суб'єктів господарювання. Що стосується бюджетно-податкової політики, то тут необхідно у повній мірі використати можливості фіскального потенціалу та податкового контролю. Мова йде про те, що навіть у воєнний стан залишаються елементи корупції у податкових органах та «тінізації» у суспільному виробництві. Не до кінця вирішена проблема встановлення оптимального для української економіки рівня оподаткування підприємницьких ланок, що, безсумнівно, дозволить збільшити податкові надходження до державного бюджету.

Не можна також обходити увагою важливість активізації зовнішньоторговельної діяльності України. Це залежить не тільки від збільшення обсягів виробничої діяльності підприємств, а й своєчасного відновлення існуючих та встановлення нових логістичних шляхів пересування експортно-імпортних товарів, створення умов для автоперевезення, на яке зараз припадає майже 10% від загального експорту з України, та залізничних перевозок. Потребують вдосконалення нові форми договірних торговельних відносин (наприклад, створення «зернових коридорів»), пом'якшення митно-тарифних обмежень в українській експортно-імпортній політиці.

Список використаних джерел

1. Бюджет 2023 року. Міністерство фінансів України. URL:https://mof.gov.ua/uk/budget_2023-582(дата звернення 12.04.2022)
2. Доходи державного бюджету України за статтями доходів та витрат в 2022 р. на 1.01.2023. Мінфін. URL:<https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/income/> (дата звернення 12.04.2022)
3. Офіційний сайт держкомстату України. URL:<https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 14.04.2022)

DEVELOPMENT OF THE CONSTRUCTION INDUSTRY ON THE BASIS OF SUSTAINABLE INNOVATIVE DEVELOPMENT

MARCEL MAINKA¹, OLEKSANDR POZDNIAKOV²

¹ *drilling company Geothermics Mainka Erdwärme & Brunnenbau GmbH (Germany),
University of Business and Law (Ukraine)*

² *Vasyl Stefanyk Precarpathian National University (Ukraine)*

As a rule, the state of the economy of any country can be characterized in accordance with development trends of the construction industry. “In Europe, where the macroeconomic situation is mostly stable, the construction industry accounts for an average of 5-7% of the total GDP, and in Ukraine, the share of the construction industry in GDP reached 2.3% in 2015, and in 2020-2021 – during the period of active spread of the coronavirus – reached 3.3-3.2%, respectively” [1]. Construction industry is an important vector that will contribute to effective economic growth of both Ukraine and the construction industry itself in the post-war period. We believe that this will be facilitated by sustainable innovative development, which is accompanied by using modern technologies, making environmentally friendly products for enterprises in this branch of industry, introducing the latest management solutions.

The current state of the construction industry requires continuous involvement of innovations, effective use of the latest technologies in the organization of construction research, and introduction of a management strategy in the innovation of construction industry enterprises. In order to effectively implement innovative processes, enterprises are forced to look for additional financial income and sources of investment, since the war in Ukraine is felt both in Europe and in the USA: the implementation of current projects has slowed down, and the launch of new ones has been limited. The reasons were increase in costs for energy carriers, raw materials and basic materials (in particular, steel, glass, products made of cement, asbestos, gypsum, etc.), limited volumes of import/export of materials, changes in established logistics routes, lack of housing supply for hired workers, etc.

Without taking into account the data on residential buildings on the temporarily occupied territory of the Autonomous Republic of Crimea, the city of Sevastopol, and the part of the temporarily occupied territories of Donetsk and Luhansk regions, the indicators for which are missing from the Notice on the start of construction works (Decree of the CMU dated 13.04.2011 No. 466 (with amendments)), for January-December 2022, the total area of residential buildings at the beginning of construction decreased twice and was 6,668,984 m², while for the same period of 2021 it was 12,714,908 m² [2].

Instead, the perceived need for qualitative changes in the organization of the construction business requires the search for innovative solutions based on sustainable development approaches by creative and active subjects, under the influence of which innovative potential and its transformation into qualitative changes will increase.

The key feature of innovative development is precisely the presence of creative and active subjects. Otherwise, emergence of creative and innovative initiatives and

realization of innovative potential will be impossible. Such subjects are able to consciously transform material, financial, informational and other resources into a means for creating and implementing innovations, and cause active implementation of sustainable development approaches in the economy of countries.

After the end of military operations on the territory of Ukraine, directors of construction enterprises should build an innovative policy with optimization of management decisions that will be based on combination of monitoring, control and evaluation of the obtained results to prevent negative consequences in further production process. The solution to the issues on innovative development of construction enterprises is not based on the specifics of conjunctural nature and requires constant research.

We believe that these theses will gain special relevance, when Ukraine implements the reconstruction of residential buildings based on the transparency program, taking into account ecological and ergonomic building requirements. Since the number of victims of the war in the country reaches more than 3 million people, it is predicted that “the state will need at least 350 billion dollars for recovery process. For successful implementation of this program, transparency of all processes is important for both Ukrainian construction companies and international partners” [1]. Another problem which has to be solved is utilization and recycling of construction waste, which arose from destruction of buildings caused by bombardments. This also requires a sustainable innovative approach, since there is not enough space in Ukraine’s landfills (according to the Ministry of Regions, by 2021, more than 51 million m³ of household waste, or more than 10 million tons, buried in 6,000 landfills with a total area of almost 9,000 hectares [3]).

Therefore, for effective development of the construction industry of Ukraine in the post-war period, innovations and sustainable innovative development will play an important role. They can become the main driving force that will affect economic safety of Ukraine and provide Ukrainian construction enterprises with competitive advantages in both domestic and international markets.

References:

1. BenchN. In the conditions of war: what is happening in the construction sector [Umovakh viiny: shcho vidbuvaietsia u budivelnomu sektori]. URL: <https://interfax.com.ua/news/blog/896001.html> [in Ukrainian].
2. Total area of residential buildings at the beginning of construction by types. State Statistics Service of Ukraine. Official website [Zahalna ploscha zhytlovykh budivel na pochatok budivnytstva za vydamy. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy]. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].
3. State of the household waste management industry in Ukraine for 2021. Ministry of Development of Communities and Territories of Ukraine. Official website. [Stan sfery povodzhennia z pobutovymy vidkhodamy v Ukraini za 2021 rik. Ministerstvo rozvytku hromad ta terytorii Ukrainy]. URL: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/zhkh/terretory/stan-sfery-povodzhennya-z-pobutovymy-vidhodamy-v-ukrayini-za-2021-rik/> [in Ukrainian].

ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА БАНКІВСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ФАКТОРИ ВПЛИВУ

ОЛЕНА ВІННИЧЕНКО

*Харківський національний університет міського господарства імені О.М.
Бекетова, Україна*

На сьогоднішній день істотно зросли ризики та загрози діяльності банківського сектору України. Низка криз у глобальному вимірі та повномасштабний військовий конфлікт стали суттєвим випробуванням для економіки нашої держави. Для забезпечення фінансової стабільності у державі та безперебійної роботи банківської системи Національним банком було запроваджено безпрецедентних заходів, які дозволили оптимізувати валютно-курсову політику та зберегти довіру до національної валюти. У зв'язку з цим, проблема забезпечення фінансової безпеки банків за сучасних обставин набуває особливої актуальності.

Фінансова безпека окремого банку тісно пов'язана з безпекою банківського сектора в цілому. Розглядаючи фінансову безпеку як економічну категорію необхідно відзначити, що вона включає поняття фінансової стійкості, тобто фінансова стійкість комерційного банку є важливою умовою забезпечення його фінансової безпеки.

Методи забезпечення фінансової стійкості можна поділити на внутрішні та зовнішні. У свою чергу, внутрішні методи забезпечення фінансової безпеки можуть бути поділені на регулюючі (управління активами та пасивами банку; оптимізація ресурсів; диверсифікація діяльності тощо) та стабілізуючі (формування страхових резервів; підвищення прибутковості; ефективність менеджменту; зниження рівня ризику тощо).

Аналіз існуючих підходів до методів оцінки рівня банківської безпеки в науковій літературі тлумачиться по різному. Так, окремі автори визначають рівень фінансової безпеки банку за допомогою певних груп показників, інші пропонують визначати інтегральний показник фінансової безпеки банку. Але запропоновані методи розрахунку такого інтегрального показника є дискусійними, це стосується безпосередньо вибору як вибору самих показників так і методичних підходів.

Загрози безпеці банків поділяють на дві великі групи – внутрішні й зовнішні. До зовнішніх належать загрози, що містять у собі фактори, які є результатом впливу зовнішнього середовища на банк, зокрема діяльність держави, економічна кон'юнктура в країні та світі, конкуренти та ін. До внутрішніх загроз належать фактори, які або безпосередньо генеруються банком, або є частиною його внутрішнього середовища. В табл. 1. основні зовнішні та внутрішні фактори, що впливають на рівень фінансової безпеки банку.

Зовнішні та внутрішні фактори фінансової безпеки банку

Зовнішні фактори	Внутрішні фактори
1. Нормативне регулювання банківської діяльності: недосконалість та мінливість законодавства, відкликання ліцензії на здійснення банківської діяльності або зміна умов ліцензування	1. Якість кредитного портфеля: рівень проблемних кредитів; неповернення кредитів; незбалансована кредитна політика; збільшення простроченої заборгованості
2. Недовіра до банківської системи: недовіра з боку інвесторів; - недовіра з боку підприємств (кредиторів); недовіра з боку населення (вкладників); швидке вилучення великого обсягу коштів із банку; використання засобів масової інформації для провокування банківської кризи; погіршення репутації банку	2. Неefективна діяльність банку: низький рівень прибутків; недосконала оцінка кредитних ризиків; низький рівень прибутковості активів; слабе маркетингове дослідження ринку і як наслідок недостатній рівень диверсифікованості банківських операцій
3. Нестабільність зовнішнього середовища: глобальні або локальні фінансові кризи; неможливість одержати доступ до зовнішніх фінансових ресурсів; валютний, процентний і ринковий ризику; блокування активів банку в іншій державі; державний дефолт. Негативні макроекономічні умови: високий рівень інфляції та інфляційних очікувань; дефіцит інвестиційних коштів і низький рівень інвестиційної активності в країні; падіння попиту на кредити й банківські послуги.	3. Структура активів і пасивів дефіцит власних коштів; - низький рівень ліквідності й нестача ліквідних активів; завищений рівень ризикових активів; збільшення активів низької якості; нестача капіталу; незбалансованість активів і пасивів за строками
4. Грошово-кредитна політика центрального банку: ставка обов'язкового резервування; обсяги рефінансування й розмір облікової ставки; обсяг пропозиції грошей в обігу; зміна облікової ставки; обсяг операцій з ОВДП	4. Залежність від інсайдерів: пільгове кредитування засновників; прийняття управлінських рішень під тиском власників; відстоювання інтересів власників, а не інтересів банку.
5. Злочинна діяльність: шахрайські дії третіх осіб; грабіж і крадіжка цінностей банку; злом комп'ютерних мереж банку; рейдерські атаки на банк; махінації з акціями банку	5. Злочинні дії персоналу: шахрайство; розголошення конфіденційної інформації; неefективна робота персоналу; перехід ключових працівників до конкурентів; недостатній рівень кваліфікації персоналу
6. Конкурентне середовище: несумлінна діяльність конкурентів; різке збільшення ринкових ставок за депозитами; різке зниження ринкових ставок за кредитами; завдання економічних збитків підприємствам – ключовим контрагентам банку.	7. Рівень і компетенція менеджменту: прийняття неправильних управлінських рішень; неefективна діяльність внаслідок неоптимального використання потенціалу банку; помилки в стратегічному плануванні й прогнозуванні; побудова нераціональної структури банку

Джерело : розробка автора

Отже, фінансова безпека банку може порушуватися внаслідок впливу як внутрішніх так і зовнішніх загроз. Такими загрозами є потенційно можливі або наявні явища та чинники, які безпосередньо генеруються банком або які є результатом впливу зовнішнього середовища на банк та створюють загрозу для

реалізації фінансових інтересів банку. Для мінімізації та запобігання негативного впливу загроз банк має створити ефективну та дієздатну систему, що забезпечить фінансову безпеку банку.

УДК 330.8:338.2:378

СПРИЙНЯТЛИВІСТЬ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ

СВІТЛАНА БРЕУС¹, МИКОЛА ДЕНИСЕНКО²

¹Європейський університет, Україна

*²Центральноукраїнський державний університет імені Володимира Винниченка,
Україна*

Термін «сталий розвиток» (sustainable development) був закріплений у 1987 р. на Конференції ООН по навколишньому середовищу та розвитку, де сталий розвиток було визначено як розвиток суспільства, який задовольняє справжні потреби без нанесення шкоди майбутнім поколінням. Однією з перших найточніших характеристик сталого розвитку є характеристика цього поняття Гру-Харлемом Брутландом, який запропонував сталим називати такий розвиток, який веде до мінімізації негативних наслідків виснаження природних ресурсів та забруднення навколишнього природного середовища для майбутніх поколінь у результаті соціально-економічного розвитку покоління, яке зараз проживає на планеті.

Сталий розвиток передбачає створення такої системи, яка забезпечувала б на довгостроковій основі не тільки високий рівень життя, а й високий рівень її якості [1], що може бути практично реалізовано за умови забезпечення економічної безпеки держави.

При цьому слід зазначити, що серед науковців немає єдності у трактуванні понять як «сталий розвиток», так і «економічна безпека», спостерігається різнобічність у формулюваннях зазначених дефініцій, існує велика кількість наукових підходів до їх характеристики внаслідок використання при їх дослідженні різних об'єктів та інструментів, що дозволило здійснити синтез за ключовими аспектами, які їх характеризують.

Тлумачення зазначених понять різними авторами, зокрема й у контексті їх взаємозв'язку як економічних категорій з економічною безпекою, значною мірою доповнюють одне одного, відображаючи різні аспекти цих категорій, однак переважним чином праці більшості науковців стосуються дослідження сталого розвитку як процесу або стану системи, зокрема:

- неперервного процесу, який характеризується постійністю (О. О. Цанько [2]);
- характеристики системи у динамічному русі (А. Є. Глинська [3, с. 6]);
- стану системи (В. А. Гросул [4, с. 161]), здатного підтримувати рівновагу та стабільність розвитку (О. Ф. Новікова, О. І. Амоша, В. П. Антонюк [5]).

З урахуванням цього розвиток розглядається як: окремий випадок руху (О. Ф.

Новікова, О. І. Амоша, В. П. Антонюк[5]);

- як стратегія переходу (Н. Н. Мойсеєв [1]);

- як стійкість (Л. І. Пеміров [1]).

У зв'язку з зазначеним доцільним вбачається розглядати економічну безпеку як стан захищеності (Г. А. Пастернак-Таранушенко [6]) економіки від зовнішніх та внутрішніх загроз.

Таким чином, слід зазначити, що з урахуванням проблематики дослідження, що передбачає, наряду з іншим, доцільність розгляду економічної сприйнятливості до сталого розвитку у контексті безпекового підходу (зважаючи, що в економічній літературі відсутнє визначення сприйнятливості економіки до сталого розвитку) найповніше її можна охарактеризувати як стан захищеності (Г. А. Пастернак-Таранушенко[6]) системи (В. А. Гросул [4]), здатний до динамічності у довгостроковій перспективі (А. Є. Глинська [3]), здатний підтримувати рівновагу та стабільність розвитку (О. Ф. Новікова, О. І. Амоша, В. П. Антонюк[5, с. 22]).

У цьому контексті вважається за доцільне розглядати сталий розвиток як концепцію [2] у взаємозв'язку з доктриною економічної безпеки з точки мінімізації негативних наслідків саме стратегічна мета, спрямована на довгострокову перспективу, формує можливість впроваджувати досягнення науково-технічного прогресу у діяльність держави на всіх рівнях управління задля створення сприятливого інвестиційного клімату для реалізації пріоритетних інноваційних проєктів [7-9] у розрізі безпекової доктрини розвитку економіки з урахуванням того, що економічна безпека є складовою національної безпеки, то російсько-українська війна, розв'язана агресором (в умовах російсько-української війни, коли відбулась руйнація об'єктів як воєнної, так і цивільної інфраструктури, яка нанесла Україні значних втрат (завдані збитки внаслідок війни перевищили 700 млрд дол. США [9]), то саме інновації є пріоритетом, здатним забезпечити сприйнятливості економіки у контексті досягнення нею сталого розвитку, підвищити її економічний рівень у національному та міжнародному масштабах), негативно впливає як на соціально-економічний стан України, так і на можливість досягнення нею сталого розвитку.

В цілому слід зазначити, що дослідження процесів, які спостерігаються у економіці України у розрізі безпекової доктрини в сучасних умовах господарювання, сприяють пошуку чинників впливу на конкурентоспроможність держави задля досягнення її сталого розвитку, що наряду з наявними тенденціями та закономірностями передбачає встановлення зв'язку кількісних та якісних показників й оптимального напрямку їх розвитку з використанням економіко-математичного моделювання. Зазначене зумовлює проведення поглиблених досліджень та розроблення заходів для забезпечення висхідного тренду економічного зростання держави в умовах переходу її економіки до сталого розвитку з урахуванням цілей сталого розвитку [10] з урахуванням можливості пошуку шляхів підвищення рівня власної конкурентоспроможності (яка значною мірою визначається її сприйнятливостю до сталого розвитку через спроможність до генерування інновацій, зокрема, за рахунок впровадження та реалізації

інноваційних проєктів, заснованих на знаннях в умовах реноваційних процесів економіки).

Важливим є використання відповідних чинників (що зумовлює доцільність формування набору їх специфічного переліку залежно від особливостей розвитку економіки України з урахуванням цілей сталого розвитку – Цілі сталого розвитку (ЦСР) є універсальним закликком до дій, щоб покінчити з бідністю, захистити планету та поліпшити життя та перспективи кожного, в усьому світі. 17 Цілей були прийняті всіма державами-членами ООН у 2015 році в рамках порядку денного сталого розвитку 2030 [10], а також наявних конкурентних переваг (представлених у форматі показників сталого розвитку) у взаємозв'язку з сучасними трендами її розвитку та використання методів оцінювання сприйнятливості економіки до сталого розвитку задля реалізації заходів направлених на відновлення економіки України у післявоєнний період.

Список використаних джерел

1. Жученко А. М. Поняття сталого розвитку в сучасній економіці. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 13. С. 431-434. URL: <http://global-national.in.ua/archive/13-2016/86.pdf>
2. Цанько О. Принципи сталого розвитку і проблеми формування державної інвестиційної політики. *Ефективність державного управління*. 2017. Вип. 4 (53). Ч. 2. С. 189–196.
3. Глинська А. Є. Організаційно-економічний механізм забезпечення сталого розвитку підприємств легкої промисловості : автореф. дис. ... к.е.н. : 08.00.04. Київ, 2008. 21 с.
4. Гросул В. А. Методичне забезпечення організації сталого розвитку. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2010. Вип. 1. С. 160–167.
5. Сталий розвиток промислового регіону: соціальні аспекти : монографія / О. Ф. Новікова, О. І. Амоша, В. П. Антонюк та ін. Донецьк : НАН України, Інститут економіки промисловості, 2012. 534 с.
6. Пастернак-Таранушенко Г. А. Економічна безпека держави. Статика процесу забезпечення / за ред. Б. Кравченка. К. : Кондор, 2002. 302 с.
7. Breus S., Bielialov T., Denysenko M., Zarichniak A., Al-Tmeizi A. Strategic Management of Deployment of Innovation Projects at the Enterprise. *Academy of Strategic Management Journal*. 2019. Volume 18. Special Issue 1. P. 1–5.
8. Denysenko M. P. Foreign investments in the economy of Ukraine Actual Problems of Economics. 2016. Volume 181. Issue 7. P. 70–77.
9. Денисенко М. П., Бреус С. В. Зарубіжний досвід регіонально-адміністративного управління та можливості його імплементації в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 5. С. 56–60. DOI: [10.32702/2306-6814.2021.5.56](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.5.56)
10. Завдані економіці України внаслідок війни низбитки перевищують \$700 млрд – Шмигаль URL: <https://interfax.com.ua/news/economic/882336.html>
11. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

**КОНЦЕПТУАЛЬНЕ БАЧЕННЯ РОЛІ ПІДПРИЄМНИЦТВА У
СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ БІОЕКОНОМІЧНОЮ
ТРАНСФОРМАЦІЄЮ**

ВІКТОРІЯ ВОСТРЯКОВА

Вінницький національний технічний університет, Україна

За впровадження підходів біоекономіки на мікрорівні відповідають нішеві інновації, основним джерелом яких є підприємництво. Підприємницька діяльність, за рахунок створення інноваційних стартапів на низовому рівні, стає драйвером трансформаційних змін як на мезо-, так і на макрорівні. Крім того, підприємці – це саме ті економічні суб'єкти які втілюють політичні стратегії у життя [1]. Зважаючи на це, під час розробки політики біоекономічної трансформації у стратегічних документах необхідно передбачити заходи та ініціативи, які сприятимуть розвитку підприємницької діяльності у сфері практичної реалізації біоекономічної трансформації. Тому важливою, на нашу думку, є оцінка національних біоекономічних стратегій досліджуваних країн на предмет врахування біотрансформаційної ролі підприємництва.

Аналіз елементів стимулювання підприємництва в національних стратегіях розвитку біоекономіки дає можливість визначити слабкі сторони існуючих стратегій, окреслити метастратегію підприємництва в біоекономіці, що поєднує ці елементи, і запропонувати шляхи удосконалення стратегії біоекономічної трансформації з урахуванням особливостей соціально-економічних систем усіх рівнів.

Для оцінки особливостей біоекономічної трансформації на мікрорівні нами проведено аналіз 15 стратегічних документів країн ЄС на предмет визначення основних детермінант розвитку підприємництва у біоекономіці. Аналітичне дослідження проведено за методологією ОЕСР для оцінки детермінант підприємницької діяльності на національному рівні відповідно до Програми індикаторів підприємництва (Entrepreneurship Indicators Programme - EIP) [2]. До показників, за якими здійснювалася оцінка віднесено: нормативну базу, ринкові умови, доступ до фінансування, генерування та поширення знань, підприємницькі здібності та корпоративна культура, які вважаються визначальними для розвитку підприємницької діяльності в економічній системі. Усі розглянуті стратегічні документи визнають важливість підприємницької діяльності для сприяння біоекономічній трансформації.

Відповідно до отриманої інформації, ступінь специфічності заходів у стратегіях різних країн значно варіюється, що говорить про відсутність єдиного підходу. У той час як деякі стратегії (наприклад, стратегія Німеччини) зводять запропоновані заходи до забезпечення підприємців венчурним капіталом, який би дозволив підприємцям реалізувати свої біоекономічні проекти, існують і більш комплексні стратегії, до яких, серед досліджуваних стратегій, можна віднести лише стратегію Латвії. В той час як решта розглянутих стратегій приділяють увагу доступу до фінансування, генеруванню та поширенню знань, а також розвитку

підприємницьких здібностей. Крім того, характерним є те, що майже всі стратегії випускають з поля зору необхідність запровадження моніторингу впроваджених заходів.

Виходячи з припущення, що підприємницька діяльність є важливою складовою біоекономічної трансформації в контексті потенціалу створення нішевих інновацій, а підприємство, як основна соціально-економічна система в економіці, допомагає досягти цілей біоекономічної трансформації, стимулювання біоекономічного підприємництва вимагає максимум уваги. Нам запропоновано три основні постулати, на яких має будуватися будь-яка стратегія біоекономіки.

По-перше, важливо зосередитися на розробці холистичних та цілеспрямованих стратегій, що базуються на чітких причинно-наслідкових зв'язках. Не зважаючи на те, що майже усі проаналізовані біоекономічні стратегії можна вважати в цілому холистичними, навіть найбільш комплексні стратегії випускають із поля зору потенціал підприємництва. Подібно до того, як національні біоекономічні стратегії мають бути холистичними, їхні підприємницькі підстратегії мають бути цілісно концептуалізовані. Окремі дослідження [3] свідчать про те, що ядром підприємницької трансформації є університети та дослідницькі установи, що продукують знання. Будь-яка стратегія повинна підтримувати трансфер фундаментальних досліджень із науково-дослідних установ у реальний сектор економіки, а параметри ЕІР ОЕСР можуть стати відправною точкою для впровадження ініціатив, що підтримують комерціалізацію досліджень в біоекономіці за допомогою підприємницької освіти, спеціальних інноваційних та підприємницьких екосистем [4], сприятимуть розробці законодавчої бази та корпоративної культури.

По-друге, з проведеного аналізу стає зрозуміло те, що значну частину біоекономічних стратегій, розроблено без урахування особливостей підприємницького потенціалу малих сільських підприємств, інноваційних, чи заснованих на біотехнологіях стартапах. Звичайно будь-який вид підприємницької діяльності може сприяти трансформації біоекономіки, однак у процесі розробки політики біоекономічної трансформації необхідно враховувати конкретні потреби, часом дуже різних типів підприємництва (наприклад, забезпечення фінансування технологічно орієнтованих стартапів біоекономіки для їх масштабування, чи запровадження податкових стимулів чи освітніх можливостей для сільськогосподарського підприємництва). Важливим підсиленням будь-якої стратегії стане конкретизація заходів, узгоджених з конкретними індикаторами ефективності.

По-третє, не зважаючи на те, що в деяких розглянутих стратегіях відзначається необхідність забезпечення державного фінансування для реалізації біоекономічних підприємницьких проєктів, такі стратегії завжди посиляються на загальні доступні програми для підтримки інновацій в економіці. Однак навряд чи можна вважати, що такі інноваційні програми будуть достатньо сприйнятливими до інновацій та стартапів у біоекономіці. У загальних програмах інноваційного розвитку під час оцінки інноваційних проєктів, навряд чи враховуватимуть цілі біоекономічної трансформації (наприклад, сталість, циркулярність або

декарбонізація), а натомість використовуватимуть традиційні критерії прийняття рішень в контексті економічної доцільності, орієнтовані на зростання та прибуток. Таким чином, біоекономічна підприємницька діяльність не відповідатиме цим стандартним критеріям. Отже, важливо запроваджувати спеціальні інноваційні програми, які враховуватимуть специфіку біоекономічних інновацій, для оцінки потенціалу перспективних і, можливо, не зовсім стандартних підприємницьких ініціатив.

Отже, підприємницька діяльність має суттєвий вплив на перехід до біоекономіки на мікрорівні, перетворюючи біоекономічні можливості в інноваційні бізнес-моделі, засновані на біотехнологіях, через процес експериментального навчання. Однак зрозуміло, що далеко не усі ініціативні підприємці володіють усім необхідним технологічним та організаційним досвідом, необхідним для маркетингу своєї біопродукції або масштабування біоінновацій на ринку. Часто підприємницькі ініціативи є доволі дорогими, що перешкоджає потенційним підприємницьким експериментам. Ці обмеження вказують на важливість формування регіонального інституційного середовища, де державне управління та підтримка відіграють ключову роль.

Список використаних джерел:

1. Mazzucato M. *The Entrepreneurial State: Debunking Public vs. Private Sector Myths*. Penguin: London, UK, 2018.
2. OECD. *Entrepreneurship at a Glance 2017*; OECD Publishing: Paris, France, 2017.
3. Urmetzer S., Lask J., Vargas-Carpintero R., Pyka A. *Learning to change: Transformative knowledge for building a sustainable bioeconomy*. *Ecol. Econ.* 2020. №167. P.106-435.
4. Kuckertz A. *Let's take the entrepreneurial ecosystem metaphor seriously!* *J. Bus. Ventur. Insights*. 2019. № 11, P. 119-124.

УДК336.76

РОЛЬ КРИПТОВАЛЮТИ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ВІЙНИ

ТЕТЯНА САВЧУК, ОЛЕКСАНДР НАЙДА

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

24 лютого 2022 року відбулося повномасштабне вторгнення Росії на територію України, що стало серйозним викликом для кожного громадянина України. Через масові обстріли та знищення військової і цивільної інфраструктури, багато людей були змушені терміново покинути домівки задля власної безпеки. Розгортання бойових дій згенерувала потребу у вільному та швидкому руху коштів як на мікрорівні (у межах однієї сім'ї), так і макрорівні (у межах держави), важливим інструментом задоволення якої стала криптовалюта. Вона не тільки суттєво спрощує проведення транзакцій, а й

допомагає організувати збори благодійних пожертвувань з усього світу на потреби армії та біженців.

Роль криптовалюти в Україні під час воєнного стану неможливо переоцінити. За словами американського видання «The Washington Post», вторгнення Росії в Україну є «першою світовою криптовалютою». З перших днів війни, на офіційній сторінці України у соціальній мережі «Twitter» було опубліковано пост, де повідомлялось про відкриття державних криптогаманців для збору коштів. Це допомогло зібрати понад 7 мільйонів доларів у криптовалюті лише за першу добу. Спільно з Міністерством цифрової трансформації України та Міністерством оборони України на базі сервісу обміну криптовалютами «Kuna» і блокчейн-компанії «Everstake» було створено криптовалютний фонд «Aid for Ukraine», що приймає такі криптовалюти: «Bitcoin», «Ethereum», «Tether» («USDT»), «Solana», «Polkadot», «Stellar», «Monero» та інші. Також важливою є ініціатива «United24», яка дозволяє здійснити внесок як фіатними грошима, так і криптовалютою на три основні цілі: оборону та розмінування, медичну допомогу та відбудову України [3].

За підрахунками дослідження аналітичної блокчейн-компанії «Chainalysis», станом на лютий 2023 року, загальні пожертвування на державні криптогаманці сягли близько 70 мільйонів доларів. Найбільші внески були здійснені у криптовалюті «Ethereum» (29 мільйонів доларів), «Bitcoin» (22,8 мільйонів доларів) та «USDT» (11,6 мільйонів доларів) [2].

Варто відзначити і кейс продажу з аукціону громадської організації «Ukraine DAO» пулу донорів невзаємозамінного токена (NFT) з прапором України за 6,75 мільйонів доларів. Виручені кошти передано до фонду «Повернись живим», який направив їх на їжу, медикаменти та інші потреби українських військових і цивільного населення [4].

Незважаючи на вищевказані позитивні сторони, функціонування криптовалют має і суттєві вади – сприяння не тільки українській стороні, але і країні - агресору. Запровадження Європейським Союзом відчутних пакетів санкцій, в тому числі, відключення від міжнародної міжбанківської системи «Swift», суттєво впливає на економіку росії та її можливість фінансування воєнних дій. В цих умовах криптовалюта може відігравати ключову роль у забезпеченні зовнішньої торгівлі росії, продовженні її співпраці з потенційними партнерами та виведенні коштів з країни в обхід прийнятих санкцій.

Тому, важливої ваги набуває питання нормативно-правового забезпечення обігу криптовалюти в контексті регулювання доступу до крипторинку України осіб, які прямо чи опосередковано пов'язані із державою-агресором, але, наразі, мало врегульоване. Наразі, Президентом України 17 лютого 2022 року підписано Закон України № 2074-IX «Про віртуальні активи» (далі – Законопроект № 2074-IX), який набуде чинності одночасно із Законом України № 7150 «Про внесення змін щодо оподаткування операцій з віртуальними активами» (далі – Законопроект № 7150), який, в свою чергу, ще знаходиться на стадії законопроекту. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку України та Національний банк України працює над адаптацією законодавства стосовно віртуальних активів до європейських регламентів.

Пункт 4 Законопроєкту № 2074-ІХ містить заборону юридичним особам бути постачальником послуг, пов'язаних з оборотом віртуальних активів, які мають зв'язки із державою-агресором. Вважаємо доречним запропонувати доповнення до підпункту 3 вищезгаданого пункту: «керівники, головний бухгалтер, власники істотної участі та кінцеві бенефіціарні власники якої є громадянами держави та/або пов'язані родинними зв'язками першого та другого ступенів споріднення з громадянами, визнаної Верховною Радою України державою-окупантом або державою-агресором». Це дозволить ретельніше контролювати керівництво криптовалютних бірж та обмінників і запобігти можливому фінансуванню тероризму [1].

Список використаних джерел

1. Про віртуальні активи: Проєкт Закону України від 17 лют. 2022 р. № 2074-ІХ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2074-20#Text> (дата звернення: 12.04.2023).
2. A Year into Russia's War on Ukraine, Cryptocurrencies Continue to Play a Key Role. Chainalysis. 2023. URL: blog.chainalysis.com/reports/russia-ukraine-war-cryptocurrency-one-year (дата звернення: 12.04.2023).
3. In the world's first crypto war, uncertainty about who will benefit. The Washington Post. 2022. URL: cutt.ly/S7OQoxP (дата звернення: 12.04.2023).
4. NFT backed by Pussy Riot member raises \$6.7 million for Ukraine. CNN. 2022. URL: <https://cutt.ly/o7OKU2L> (дата звернення: 12.04.2023).

УДК 331.5

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

ОЛЕКСАНДР ГАЛИЦЬКИЙ, ТЕТЯНА АБГАШ

Одеський державний аграрний університет, Україна

Ринок праці - це складна система взаємодії між працівниками та роботодавцями, яка регулює питання щодо працевлаштування, умов праці, розміру заробітної плати та інших аспектів. Він працює за принципом класичного закону попиту та пропозиції, встановлюючи ціну на робочу силу - заробітну плату. Ринок праці займає значку частку в економічних процесах та формуванні ВВП країни. Хоча його не виокремлюють як самостійну галузь економіки та обчислити його частку у ВВП майже неможливо, він є одним із головних складових елементів будь-якої економіки. Ринок праці в Україні має свої особливості, зокрема, він характеризується високим рівнем безробіття та зайнятості в неофіційному секторі економіки. Для економіки України ринок праці є важливим джерелом заробітної плати та податкових надходжень в державний бюджет. Також ринок праці в Україні стикається з викликами, такими як низький рівень заробітної плати, нестабільність на ринку праці, нерівність у зарплатах між різними галузями, висока еміграція робочої сили тощо. До кризи 2008 року рівень

безробіття в Україні коливався з 7,4% до 6,9%, після кризи рівень безробіття зріс до 9,6% але з часом вирівнявся до 7,7% (2013 рік).

З початком воєнних дій на сході України у 2014 році, на ринку праці відбулися значні зміни. Зокрема, було знижено зайнятість у регіонах, що безпосередньо зазнали впливу військових дій, а також в інших регіонах, де зменшився попит на продукцію та послуги, пов'язані з цими територіями. Зростала безробіття, особливо серед молоді та людей з обмеженими можливостями. За даними Мінфін рівень безробіття в Україні в 2013 році складав 7,7%, а в 2014 виріс до 9,7% (без урахування окупованих територій (Криму, Севастополя, частини Донбасу).

24 лютого 2022 року російська федерація розпочала повномасштабне вторгнення на територію незалежної і суверенної України і почала вести злочинну війну. Постійні обстріли житлових домів, енергетичних і стратегічних об'єктів спричиняють безліч проблем і запускають ланцюг негативних наслідків. Розвалюються і закриваються великі підприємства, через що люди втрачають робочі місця, росте рівень безробіття, зменшується заробітна плата та рівень життя населення. За даними НБУ рівень безробіття в Україні станом на 2022 рік сягає 25-26%, для порівняння цей же показник у 2019 році сягав 8,6%. В переважній більшості, без роботи залишаються молоді люди віком до 30 років і жінки. Це призводить за собою бідність і зупинку розвитку міст і спільноти. Також гостро постала проблема еміграції працездатного населення та внутрішнього перенаселення. Припинилися інвестиції в економіку та зменшились ресурси, направлені на науково-дослідницькі розробки, що також має негативний вплив на сталий розвиток країни.

Окупація населених пунктів, ведення воєнних дій в населених пунктах, обстріл міст і сіл, еміграція населення і багато інших жахливих подій призвело до погіршення ситуації на ринку праці України. З початку війни майже 5 млн українців втратили роботу, з них 1,2 млн – біженці, які виїхали в сусідні країни, 3,6 млн – безробітні, які живуть в Україні [11]. На початку війни багато підприємств призупинили свою роботу і почали перебудовувати систему витрат. Одним з пунктів був витрати на робітників. Через це підприємства стали масово скорочувати штати, звільнювати менш компетентних робітників, зменшувати зарплатню, просити співробітників брати відпустку за власний рахунок на не визначений час. Підприємства шукали способи зберегти обсяги виробництва за менших витрат. Були також варіанти зменшення робочого часу і ставки, але багато підприємств при зменшенні кількості робочих годин не змогли би підтримувати обсяги виробництва. Ця ситуація більше стосується малого та середнього бізнесу через їхню залежність від попиту на ринку, яких значно знизився з початку війни. Кафе, ресторани, салони та інші подібні заклади були вимушені припинити свою діяльність. Натомість у деяких сферах попит значно виріс, наприклад: військові, психологи, медики, вчителі та логістичні фірми.

Також постала проблема конкуренції. На одне робоче місце, за різними даними, претендують як найменше 10 людей, кількість залежить від області. Робочих місць не має, а конкуренція росте. Через це ринок праці став належати підприємцям. Люди для отримання робочого місця згодні на зниження зарплатні в

середньому на 40% і за даними деяких порталів, така ж ситуація буде панувати й після війни. Найменше постраждали західні регіони України, так як саме там найменша частка постраждалих від воєнних дій і багато бізнесів переміщуються туди.

Через велику кількість біженців постало питання нестачі кваліфікованих кадрів. До того ж існує велика ймовірність того, що частина біженців не повернеться з закордону після війни. Знаходячись зараз там, вони шукають і знаходять роботу в європейських компаніях з більшою заробітною платнею і повертатися не бачать причин.

Через більше ніж рік повномасштабної війни Українські бізнеси почали пристосовуватися до нових реалій і набирати обороти. Вакансій все так же менше майже в 5 разів ніж шукачів, але поступово відновлюється ринок праці.

Для покращення сталого розвитку країни необхідно перш за все перемогти у війні. Підвищення рівня зайнятості українців зараз один з основних пріоритетів для уряду, адже без сильного ринку праці підтримка і відбудова країни неможлива. Також створюються безліч програм по працевлаштуванню. Наприклад програма «Власна справа». Громадяни України, що є суб'єктами господарювання (фізична особа підприємець чи юридична особа), а також громадяни України, що тільки збираються стати суб'єктами господарювання, мають можливість отримати мікрогрант для започаткування власного бізнесу або розвитку існуючого, максимальна сума становить 250 тис. грн [2]. Також надають гранти на здобування професійних знань та навичок наприклад програма «Старт в ІТ», також з 4 липня в Україні стартує освітній проєкт ІТ Generation який розрахований на людей без знань і досвіду в сфері ІТ, до того ж навчання для студентів буде безкоштовним. Роботодавці в, свою чергу, отримують компенсації за працевлаштування внутрішньо переміщених осіб. Попри всі складнощі воєнного стану в країні, наша влада приймає ряд заходів для підтримки ринку праці і заохочення людей вчитися до чогось нового, адаптуватися до змін і часу. З такими темпами Україна доволі швидко і впевнено відновить і покращить ринок праці.

Список використаних джерел

1. Державний центр зайнятості. «Знайти роботу під час війни: як змінювався ринок праці в Україні» [онлайн] URL: <https://www.dcz.gov.ua/publikaciya/znayty-robotu-pid-chas-viyny-yak-zminyvsya-rynok-praci-v-ukrayini> [дата звернення: 20.04.2023].
2. Державний центр зайнятості. «7 порад, як успішно скористатися перевагами програми “Власна справа” у 2023 році» [онлайн] URL: <https://www.dcz.gov.ua/novyna/7-porad-yak-uspishno-skorystatsya-perevagamy-programy-vlasna-sprava-u-2023-roci> [дата звернення: 20.04.2023].

**ПРОМИСЛОВА ПОЛІТИКА В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ
БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ
ОЛЕКСАНДР НОСИРЄВ**

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
Україна*

Промислова політика є важливим елементом системи соціально-економічної безпеки держави. Саме промисловість виступає головним джерелом виробництва матеріальних благ, створення робочих місць та формування бюджету. Розвиток промисловості забезпечує не тільки економічну стабільність країни, але й її національну безпеку, оскільки вона є базисом військово-промислового комплексу та забезпечує виробництво стратегічно важливої продукції. Провідні держави світу враховують важливість промисловості для соціально-економічної безпеки своїх держав та намагаються забезпечити належний розвиток промислового комплексу, захищають сектор промисловості від зовнішніх конкурентних впливів та використовують його для формування власних конкурентних переваг.

Основними національними економічними інтересами нашої країни є забезпечення сталого зростання та високої конкурентоспроможності української економіки у світовому економічному просторі та досягнення на даній основі високих стандартів якості життя населення. На сьогодні в країні переважають негативні тенденції розвитку, що стосуються зовнішньоекономічної, політичної, соціальної, демографічної, фінансової, інвестиційної, та інших напрямів, які в свою чергу здійснюють негативний вплив на економічну безпеку, тому що саме вони є її складовими. Враховуючи складну економічну та політичну ситуацію в країні, для забезпечення економічної безпеки держави потрібно враховувати наявні загрози та визначити правові засоби їх подолання. Виходячи з наявних умов та непростой економіко-політичної ситуації, індивідуально розроблена вітчизняна модель, що може привернути увагу зовнішнього інвестора, стримувати темпи інфляції, підіймати доходи населення та фінансувати військову обороноздатність країни буде порятунком для економіки України та прикладом наслідування для країн з ринком, що розвивається [1].

Промисловий комплекс є ключовим складовим сектором національної економіки, що визначає реалізацію стратегічних напрямів розвитку країни та забезпечує її економічну безпеку та високі стандарти життя. Відповідно, розвиток високотехнологічної промисловості, що базується на інноваційних розробках та ефективній співпраці з науково-дослідними установами, є ключовим чинником сталого розвитку національної економіки та формування конкурентних переваг. Дивергенція розвитку промисловості України, яка вже тривалий період знаходиться у кризовому стані, від інших галузей економіки є суттєвою і зростає через лімітовані можливості забезпечення переходу на новий, високотехнологічний рівень поступу. Динаміка розвитку промисловості та реального сектору економіки України не є стійкою, відсутній поступ в інвестиційній, інноваційно-технологічній, ресурсоефективній і соціальній

складових економічного зростання пріоритетних галузей національної економіки, що веде до посилення ризиків, пов'язаних з низькою ефективністю структурного реформування економіки, а, відтак, послаблення їхньої економічної безпеки. Викликами державної політики розвитку пріоритетних галузей національної економіки України є невизначеність напрямку їх поступу, відсутність вектору забезпечення прогресу виробництва продукції з високою доданою вартістю, інвестиційної підтримки інноваційно-технологічної модернізації та реіндустріалізації промисловості тощо [2].

Дослідниця М. Куницька-Іляш[3] зазначає, що «в межах державної політики було допущено ряд стратегічних прорахунків. По-перше, це визначення і безпосередня фіксація переліку галузей, які вважаються стратегічними. Авторська позиція в тому, що їх склад не може бути константою та змінюється в залежності від формування й реалізації економічного потенціалу національної економіки на відповідному етапі її розвитку й структури продуктивних сил, національних традиції, природно-ресурсного потенціалу, глибини структурних зрушень в економіці, диверсифікації та рівня енергоємності виробництва, зовнішньої ситуації та можливостей, зокрема в частині нових прогресивних технологій, нових етапів технологічної революції тощо. Адже для країн, які перебувають на діаметрально протилежних рівнях економічного розвитку, різні галузі забезпечують реалізацію стратегічних економічних завдань (до прикладу, для одних це АПК й вирішення проблем продовольчої безпеки, а для інших – високотехнологічні галузі промисловості зі завданнями світового технологічного лідерства)» [3]. При цьому Міністерство з питань стратегічних галузей промисловості України має декілька позитивних аспектів функціонування. Серед них – активізація науково-дослідної та дослідно-конструкторської діяльності підприємств, залучення інвестицій в оборонно-промисловий комплекс, створення конкурентоспроможних зразків високотехнологічної промислової продукції та співпраця з міжнародними організаціями з питань розвитку стратегічних галузей промисловості. Ці завдання виходять за межі менеджменту визначених в назві структури галузей промисловості та поширюються на низку аспектів міжгалузевої співпраці, зокрема інвестицій та інновацій[3].

Дослідниця також відзначає, що «ідентифіковані слабкі місця і прорахунки в царині державної політики розвитку пріоритетних галузей призвели й до істотного послаблення їхньої фінансової безпеки. При чому мова йде не про появу низки нових, додаткових викликів і загроз, а про не сформованість та дестабілізацію безпосередньо засад системності в цій сфері, що не дає підстав говорити про безпеку як таку. Допоки не буде вибудовано основоположних позицій, стверджувати про належний рівень фінансової безпеки суб'єктів пріоритетних галузей та їх як цілісних галузевих майнових комплексів не приходиться. Наразі все ще характерні вади досягнення самодостатності, стійкості й здатності системи фінансової безпеки до розвитку; критично глибокого «просідання» низки домінантних функціонально-структурних складових безпеки; значного інноваційно-технологічного відставання та браку фінансово-інвестиційного ресурсу, який би міг бути спрямованим на виправлення ситуації» [3].

Слід розуміти, що національній економічній безпеці загрожує надмірний вплив іноземного капіталу на розвиток окремих стратегічно важливих галузей національної економіки, небезпечно для економічної незалежності України зростання частки іноземного капіталу в галузях промисловості та сфері послуг. Також серед проблем промисловості слід відзначити недостатню ефективність використання матеріальних ресурсів, переважання в структурі промисловості галузей з невеликою часткою доданої вартості, низький технологічний рівень вітчизняної економіки [4].

Нині Україна переживає економічну трансформацію. Регулювання ринкової економіки держави може підвищити ефективність розподілу ресурсів, посилити мотивацію до соціальних інновацій та сприяти якісному економічному зростанню. Проте в умовах нинішнього економічного спаду ринковий попит слабкий, інвестиції недостатні, а проблеми потужностей виробництва є помітними. Оновлення політики військово-промислового економічного розвитку неминуче посилить спричинену війною невизначеність у зовнішньому середовищі і, отже, вплине на корпоративні рішення щодо інвестицій та діяльності [5].

Забезпечення соціально-економічної безпеки регіону слід здійснювати шляхом концентрації достатніх фінансових ресурсів на місцевому рівні, щоб місцева влада мала міцну фінансову базу для реалізації своїх повноважень відповідно до Конституції України. За допомогою домогосподарств формуються грошові фонди, які не тільки забезпечують виконання загальних завдань і фінансову основу для їх реалізації місцевою владою, а й є базою для забезпечення соціально-економічної безпеки регіону. З огляду на це, можна зробити висновок, що рівень соціально-економічної безпеки регіону в найзагальнішому вигляді пов'язаний з обсягом фінансових ресурсів, необхідних для його підтримки та розвитку (і особливо для суспільного розвитку).

Сучасний стан розвитку промислових підприємств, що обумовлений воєнними діями на території України в наслідок воєнної агресії зумовив нові ризики та загрози діяльності промислових підприємств. Основними загрозами є фізичне руйнування виробничих підприємств або їх ушкодження, а також консервація або припинення діяльності в наслідок об'єктивних причин неможливості функціонування. За аналітичними даними експертів за час війни майже 65 % промислових підприємств є або пошкодженими, або зруйнованими, особливо це стосується підприємств, що знаходяться на території Донецької, Луганської, Харківської, Київської областей [6].

Забезпечення економічної безпеки процесу відбудови інфраструктури в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення стикається з низкою обмежувальних факторів, зумовлених безпосередньо наслідками активних бойових дій, які проявляються як на макроекономічному (посилення інфляційних процесів; істотне скорочення дохідної частини державного бюджету паралельно до неконтрольованого росту видаткової частини; стрімке зниження купівельної спроможності попиту; кризовий стан ринку праці тощо), так і на мікроекономічному рівні (руйнація значної частки вітчизняного виробничого потенціалу; ускладнення логістичних процедур; розрив сформованих ланцюгів промислової кооперації; релокація інтелектуальномістких підприємств і

висококваліфікованого персоналу; дефіцит оборотних коштів і т.д.), що звужує можливості забезпечення процесу відбудови вітчизняної інфраструктури [7].

Таким чином, промислова політика в системі соціально-економічної безпеки держави відіграє важливу роль в забезпеченні стійкості економіки, формуванні конкурентних переваг та забезпеченні військової безпеки країни. З метою підвищення економічної безпеки України в інноваційному розвитку промисловості держави повинен бути реалізований комплексний підхід до розуміння взаємозв'язків з точки зору локалізації – регулювання входу на ринок і виходу з ринку; заходів, прийнятих державою по податках, заходів держави для іноземних інвесторів; рівня заробітної плати, кваліфікаційної структури робочої сили, телекомунікаційної і транспортної інфраструктури.

Список використаних джерел

1. Корнієнко Т. Аналіз стану економічної безпеки України та пріоритети її зміцнення. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-61>

2. Васильців Т., Куницька-Іляш М. Стан та проблематика економічної безпеки підприємств реального сектора економіки України. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 3. С. 327–334. URL: <https://tinyurl.com/382ccv6z>

3. Куницька-Іляш М. Критичний аналіз державної політики забезпечення розвитку та фінансової безпеки пріоритетних галузей національної економіки України. *Modeling the development of the economic systems*. 2022. № 2. С. 40–45. <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-4-5>

4. Носирєв О. О. Регіональна економічна безпека як фактор підвищення конкурентоспроможності економіки. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2014. Вип. 10(1). С. 202–206. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprer_2014_10%281%29_31

5. Кудріна О., Шищенко І. Економічна політика розвитку цифрової фінансової доступності як важлива умова розвитку економіки України. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2023. № 4(04). С. 63–67. DOI: <https://doi.org/10.32782/10.32782/dees.4-11>

6. Ткаченко Т. П. Просторові виклики та ризики впливу на систему економічної безпеки підприємств промисловості України та напрями їх пом'якшення. *Economic Synergy*. 2022. № 4. С. 239–247. DOI: <https://doi.org/10.53920/ES-2022-4-18>

7. Солосіч О. Актуальні напрями забезпечення економічної безпеки процесу відбудови інфраструктури в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення. *Проблеми відновлення соціальної інфраструктури та просторового розвитку територій повоєнної України: тези доповідей Міжнародної наукової конференції (Дубляни-Львів, 27–28 жовтня 2022 р.)*. Дубляни: Львівський національний університет природокористування, 2022. С. 198–200. URL: <https://tinyurl.com/mt2kawsm>

**TO THE SUBSTANTIATION OF MANAGEMENT DECISIONS IN
INNOVATIVE STRATEGY: MACRO AND MICRO LEVEL****SERHII POBIHUN, IVANNA MELNYCHUK***Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas, Ivano-Frankivsk,
Ukraine*

The current geopolitical situation requires governments to make decisions that ensure social and environmental development along with economic development. It is almost impossible to continue the traditional way of doing business. The reasons for this are the high level of depletion of the Earth's bowels, the level of emissions, waste and environmental pollution. Of course, the Millennium Development Goals and the Global Sustainable Development Goals have set targets and indicators that highlight trends and outcomes in addressing key social, economic and environmental challenges. However, each country independently chooses how to act and what measures and directions will be effective for it. Over the past 20 years, the successes of individual countries in various areas show that the scenarios for its implementation and the tools used are different, and the results achieved in terms of sustainable development indicators are impressive. For example, in recent years, the area of organic land in Austria has already exceeded 25% [1], Norway is a leader in the Social Progress Index [2], Singapore and Switzerland are leaders in the Global Innovation Index [3], Germany and the USA are leaders in production and investments in alternative energy [4].

This state of affairs is influenced by many subjective factors inherent in each individual country. However, we believe that there are some general patterns that allow some countries to be more effective in achieving the goals than others.

For example, it is obvious that the level of industrial production and its condition (new/old) determines the level of pollution of the atmosphere, land and nearby water bodies. At the same time, some social factors can affect greenhouse gas (GHG) emissions and pollutants. For example, in our article [5], a first approximation of the impact of economic factors on environmental indicators was made. In [5], we assessed the impact of changes in environmental tax rates on emissions of pollutants in the oil and gas sector. After the study [6] we described the dependence of the country's economic development on environmental safety. It is shown that there is indeed a dependence between various socio-economic and ecological factors and the level of air pollution. These are economic (energy intensity of GDP, consumption of coal and lignite in the country), environmental (rent for the use of natural resources, total energy consumption), scientific and intellectual (payment for the use of intellectual property, research and development costs), social (population density, human development index). However, when analyzing the results in more detail, we found that many of the factors selected in [6], which are significant for each country, were rejected in the analysis due to the results of the correlation analysis. For example, indicators that should have influenced emissions from a logical point of view, such as the share of renewable energy, transport services (% of imports of commercial services), production,

were rejected. The connection was not detected or was not significant. This motivated us to further research and determined the purpose of our present study.

The results of recent studies indicate that economic development has a positive effect on green growth. It was found that the influence of these factors is different. It depends on whether they are developed or developing countries. Thus, countries with different levels of development will need separate strategies to achieve the Sustainable Development Goals by 2030.

The influence of innovation on any field is undeniable. Whether directly or indirectly, immediately or over time, they bring about transformative changes in all socio-economic systems.

In our recent works [7], we investigated whether different indicators of innovation have an impact on greenhouse gas emissions. Also, it was possible to prove that the use of correlation-regression analysis is more realistic if the input parameters are first normalized in order for the data to be unified, and macroeconomic parameters that are different for different countries are taken into account. Now, using the perfected method, we will continue our research. Using a phenomenological approach, among 8 groups of innovations (36 indicators in total), we select those that can have a strong average or minimal impact on reducing (or increasing) greenhouse gas emissions. Next, to confirm our assumptions, we calculate the correlation between all innovation indicators (adjusted for the number of SMEs in the analysed countries) and greenhouse gas emissions (adjusted for the industry index). This is done in accordance with the approach, the essence of which is reflected in our previous research, as noted above. The determined correlation coefficients are high (mostly above 0.8, the type of relationship is inverse), which indicates that emissions decrease as innovation coefficients increase.

At the next stage of the research, we will try to formulate recommendations for the formation of strategic management decisions both at the level of the national economy and at the level of individual enterprises. For this, in our opinion, it is necessary to determine the potential impact of decisions by evaluating their response to innovation indicators. We group the factors that have proven to have an impact, for example, into three groups

Group 1. Coefficient of response to innovations

We group the factors that have proven to have an impact, for example, into three groups

1. Quick or immediate reaction
2. Postponed
3. Late

Group 2 Innovation cost factor

1. Expensive
2. Average costs
3. Low level of costs

Coefficient of implementation complexity due to the institutional aspect (legal, organizational, etc.)

1. Complex
2. Average

3. Simple

If the trend of changing the factor is high, then it means that it is easier to implement through management decisions. After regrouping, we will set the weighting coefficients for each group and derive the integral indicator.

Such an approach in the future will allow determining the priority of strategic management decisions regarding certain indicators of innovation, which in turn will increase efficiency in achieving indicators of sustainable development.

References

1. H. Willer, J. Trávníček, C. Meier, B. Schlatter, eds., The world of organic agriculture: statistics and emerging trends, 22nd ed., Research Institute of Organic Agriculture FiBL, IFOAM – Organics International, Frick Bonn, 2021. <http://www.organic-world.net/yearbook/yearbook-2021.html>

2. Michael Green, Jaromir Harmacek, Mohamed Htitch, Social Progress Index Executive Summary compressed, 2021. <https://www.socialprogress.org/static/6dddc0825871adff20505d18d99b1707/2021%20Social%20Progress%20Index%20Methodology%20Report%20Final.pdf>

3. D. Soumitra, L. Bruno, W.-V. Sacha, L. Rivera Lorena, W.I.P. Organization, Global innovation index., Unknown, n.d. <https://doi.org/10.34667/TIND44315>

4. James Murray, Top five countries for renewable energy investment, (2021). <https://www.nsenenergybusiness.com/features/top-countries-renewable-energy-investment>

5. Oksana Savko, Ivanna Melnychuk, Iryna Hobyr, Nataliia Havadzyn, Evaluation of the Environmental Taxation Effectiveness in the Field of Oil and Gas Production., Procedia Environmental Science, Engineering and Management. 6 (2019) 607–617.

6. Ivanna Melnychuk, Oksana Savko, Serhii Pobihun, Nataliia Havadzyn, The Impact of a Country's Level of Economic Development on Environmental Safety, Procedia Environmental Science, Engineering and Management. 8 (2021) 441–451.

7. Improved CRA-method in phenomenological approach (on the example of innovative SME and GHG emissions) / I. V. Melnychuk et al. Heliyon. 2022. P. e12420. URL: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e12420>

УДК 330.3

АСПЕКТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В ЧАС ВІЙНИ

ІРИНА ФЕДОРОВИЧ, НАТАЛІЯ МИКИТЮК

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

На сьогоднішній день, сталий соціально-економічний розвиток є однією з найбільш важливих проблем, які стоять перед людством. Суть концепції «сталого розвитку» полягає в тому, щоб максимізувати економічні та соціальні вигоди від процесу розвитку національної економіки, забезпечуючи захист довкілля та довгострокове відтворення природних ресурсів. У понятті сталого розвитку важливим є не лише зростання економіки та доходів населення, але й покращення всіх аспектів соціального забезпечення.

Проблема сталого розвитку важлива як для всієї країни, так і для її регіонів. Вплив об'єктів регіональної економіки, їхньої територіальної організації на соціально-економічний стан регіонів обумовлює регіональний аспект сталого розвитку продуктивних сил. Сталий розвиток продуктивних сил регіону - це прагнення досягти бажаного рівня їхньої розбудови завдяки мобілізації внутрішніх та зовнішніх можливостей регіональної економіки. Важливими показниками є: політичне становище, раціональне використання природно-ресурсного виробничого потенціалу регіону, результати ринкового реформування відносин власності, поліпшення умов та середовища життєдіяльності населення, збереження екологічної безпеки території регіону.

Для досягнення сталого розвитку необхідно провести структурні зміни в економічній та соціальній сферах. Внаслідок війни Росії проти України держава має переглянути свої підходи до розробки та реалізації стратегії сталого соціально-економічного розвитку. Багато вітчизняних дослідників обговорюють актуальні проблеми сталого розвитку нашої країни в довоєнний період, серед них Мельник В.В. [1], Подольський М.Р. та Брик Д.В. [2], Коваленко А. [3], Руда М.В. та Мазурик М.М. [4]. Проте умови, в яких опинилася Україна внаслідок військових дій потребують проведення додаткових досліджень.

Наразі головним фактором сталого розвитку національного господарства вважається максимальне використання принципів ринкової економіки, основна роль як регулюючого всі економічні та соціальні процеси в країні відводиться органам законодавчої та виконавчої влади. Сталий соціально-економічний розвиток означає реалізацію трьох взаємопов'язаних та взаємозумовлених цілей:

- створення більш конкурентоспроможної, високоефективної та низьковитратної економіки;
- підвищення життєвого рівня населення;
- поліпшення екологічної обстановки.

Вагомою складовою сталого розвитку України є забезпечення високого рівня життя населення, тобто соціальної сфери. Задоволення потреб людини виступає метою економічного розвитку, що у поєднанні з екологічною безпекою суспільства створює можливості сталого розвитку.

Агресія росії проти України створила чимало непрямих перешкод шляху до її сталого розвитку, проте не зупинила прагнення до євроінтеграції та сталого розвитку.

Війна в Україні призвела до руйнації стійкості економічної системи, зокрема втрати ВВП, які очікуються на рівні 35-40% до кінця року, внаслідок дефіциту деяких товарів, порушення правил обміну, погіршення інвестиційного клімату, значного зменшення доходів населення та втрати роботи, внутрішньої та зовнішньої міграції населення, значного зниження податкових надходжень та митних платежів, внаслідок чого виник значний бюджетний дефіцит, руйнація логістичних ланцюгів в національній економіці, розвитку інфляційних процесів та спекулятивного ціноутворення, руйнування активів держави тощо[5]. Агресія росії проти України спричинила значну екологічну шкоду. У ході збройного конфлікту сталося значне забруднення довкілля хімічними токсичними речовинами, уламками металів і важкими металами внаслідок артилерійських

обстрілів та застосування вибухівки; утворилися численні воронки, що понівечили землю й знищили природні заповідні території, відбулося затоплення шахт, будівництво оборонних споруд, копанок, пошкодження каналізаційних і водогінних мереж. Ризики, пов'язані з пошкодженням комунікацій, підприємств та інших об'єктів, що становлять підвищену екологічну небезпеку, мають особливе значення, адже в умовах відсутності контролю й можливостей ліквідації негативних наслідків ці явища потенційно збільшують масштаби негативного впливу. У результаті руйнування очисних споруд погіршився екологічний стан водних об'єктів. Мінна небезпека призвела до обмеження або втрати можливості природокористування на значних територіях. Унаслідок обстрілів мали місце пожежі на небезпечних хімічних підприємствах, що призвело до хімічного забруднення навколишнього середовища. Широкомасштабного характеру в результаті бойових дій набули лісові пожежі. Агресія РФ призвела до потрапляння у довкілля шкідливих і небезпечних речовин, знищення родючого шару ґрунту, рослинного покриву, об'єктів дикої фауни, в тому числі занесених до Червоної книги України.

В контексті війни, аспекти сталого розвитку України змінюються. Тому основні переваги відрізняються від тих, які були в мирний час. Проте, у цій ситуації потрібне збереження стійкості та необхідно зробити все можливо для забезпечення майбутнього нації.

Основними аспектами сталого розвитку України в час війни можуть бути:

1. Забезпечення безпеки населення. Це включає захист від агресора, а також забезпечення соціальної та економічної стабільності.

2. Збереження економічного потенціалу країни. Важливо продовжувати розвивати економіку та підтримувати підприємства, для того, щоб ті в свою чергу могли забезпечити місцеве населення необхідними благами та нести економічне навантаження країни.

3. Оптимізація енергетичного сектора. Забезпечення енергетичної стабільності країни є основним аспектом сталого розвитку України. В той же час необхідно підтримувати та розвивати альтернативні, екологічно чисті джерела енергії.

4. Підтримка соціально вразливих верств населення. Мається на увазі, що важливо забезпечити максимальну соціальну та економічну підтримку біженцям, тимчасово переміщеним особам, військовослужбовцям та їх сім'ям, а також людям з обмеженими можливостями та незахищеним верствам населення.

5. Розвиток освіти та науки. Надзвичайно важливо саме зараз підтримувати освіту та науку в країні, яка є запорукою успішного розвитку суспільства, основою для економічного, наукового й культурного зростання, забезпечення незалежності й оборонної міцності, формування позитивного іміджу країни. Роль освіти у часи непростих викликів і випробувань не нівелюється, а лише зростає. Тому зараз набувають особливого значення процеси навчання, формування особистості громадянина, виховання у молодого покоління системи цінностей.

Для України є необхідним не тільки досягнення економічного зростання, але й забезпечення його стійкості. Рівноважний стан економіки для довгострокового періоду є результатом стійкого рівня капіталоозброєності, який залежить від

норми збереження, вибуття капіталу та його розміру. Коли інвестиції з часом співпадуть із вибуттям капіталу, економіку буде стабілізовано. Досягнення бажаних результатів сталого розвитку можливо лише тоді, коли інноваційна діяльність не буде обмежена виключно технічними інноваціями. Пріоритетними повинні бути визнані також соціальні (як і екологічні) аспекти інноваційної діяльності. Вкладення капіталу в освіту, науку, охорону здоров'я, оздоровчий спорт, соціальну інфраструктуру, тобто в усе те, що пов'язано з розвитком людського капіталу, рівною мірою з технологічними змінами є взаємопов'язаними і взаємозалежними чинниками сталого економічного зростання.

Дані аспекти допоможуть зберегти стійкість країни та забезпечать подальший розвиток після закінчення війни.

Список використаних джерел

1. Мельник В. В. Соціальні і економічні аспекти забезпечення збалансованого еколого-економічного розвитку в Україні. Економіка і суспільство, 2018. № 16. С.169-172 URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/16_ukr/26.pdf
2. Подольський М. Р., Брик Д. В. Наукові підходи для досягнення цілей сталого розвитку України. Modalități conceptuale de dezvoltare a științei modern: збірник наукових праць ЛОГОС. 2020. Vol. 5. P. 52-55 DOI 10.36074/20.11.2020.v5.15
3. Коваленко А. Стан і перспективи реалізації цілей сталого розвитку в Україні Економіка природокористування і сталий розвиток. К.: ДУ ІЕПСР НАН України, 2018. № 1–2 (20–21). С. 11-14.
4. Руда М. В., Мазурик М. М. Співпраця України та ЄС у сфері сталого розвитку: огляд перспектив. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2021. № 3 (1). С.204-211 <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/jun/23805/menedzhment121-206-213.pdf>
5. Буряк С.В., Редько К.Ю., Чорновола А.О., Орленко О.В. Соціально-економічні аспекти сталого розвитку України в умовах війни (євроінтеграційні аспекти). Наукові записки Львівського університету бізнесу та права, 2022. №34. С.135-143.

УДК 658.012.8.33

ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

ВІКТОРІЯ ШИШЛЮК, ОЛЕКСАНДР ДЕЛІЄРГІЄВ

Одеський національний технологічний університет, Україна

Проблема нестабільності є однією з провідних у сучасній макроекономіці. Адже розуміння причини природи порушення сталого розвитку у економічній системі є необхідною умовою розробки інструментів попередження кризових явищ у національному господарстві.

Система економічної безпеки вибудовується з урахуванням перерахованих завдань, умов конкурентної боротьби, специфіки бізнесу, технологічних особливостей, конкурентної стратегії, стадії життєвого циклу підприємства. Система економічної безпеки кожного підприємства абсолютно індивідуальна. Її повнота й дієвість багато в чому залежать від наявної в державі законодавчої бази, матеріально-технічних і фінансових ресурсів, що виділяє керівник підприємства, розуміння кожним зі співробітників важливості забезпечення безпеки бізнесу, а також від знань і практичного досвіду начальника системи економічної безпеки, що безпосередньо займається побудовою й підтримкою самої системи.

Варто звернути увагу, що на даний час відсутній єдиний погляд щодо розуміння сутності поняття економічної нестабільності, яку можна розглядати і як нестабільність економічної системи держави (макроекономічну нестабільність), і як нестабільність економічного середовища підприємства. Крім того, у науковій літературі не досліджувалась економічна нестабільність у розумінні її можливого впливу на рівень фінансово-економічної безпеки підприємства.

Як вказує вітчизняний науковець В. М. Геєць, нестабільність – це стан системи, що характеризується коливанням внаслідок порушення існуючих у ній взаємозв'язків. Нестабільність є іманентною властивістю економічного розвитку.[1, С. 211-213].

У вітчизняній науковій літературі поняття економічної нестабільності в більшості випадків отожднюється з поняттям макроекономічної нестабільності, під якою розуміють втрату мобільності, динамічності та гнучкості економічної системи, нездатність своєчасно і в повному обсязі адаптуватися до змін внутрішніх умов її функціонування та навколишнього середовища.

Під нестабільною економікою розуміють також відсутність гарантування повної зайнятості, стабільного рівня цін, наявності інфляції[2С.114]. Це визначення не в повній мірі розкриває та характеризує наведене поняття, оскільки зводиться винятково до зазначення форм прояву економічної нестабільності, і то не всіх. На нашу думку, істотним проявом економічної нестабільності є також коливання курсу національної валюти, здатне завдати збитків суб'єктам господарювання, особливо у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Варто також зазначити, що іноді виникають випадки, коли зовнішня нестабільність є вигідною для суб'єкта господарювання, наприклад, погашення кредиторської заборгованості знеціненими коштами чи встановлення вигідного валютного курсу в певний момент часу. Проте нестабільність за свою суттю передбачає постійний ризик суттєвих змін у будь-який час. Основним негативним аспектом нестабільності є непрогнозованість майбутньої ситуації, а отже, неможливість здійснити середньо- та довгострокове планування діяльності підприємства.

Як і будь-яка загроза, економічна нестабільність у державі негативно впливає на рівень фінансової безпеки підприємства шляхом унеможливлення реалізації його пріоритетних фінансових інтересів, до яких належать: зростання рівня фінансової рентабельності; достатність фінансових ресурсів, що формуються, на всіх етапах майбутнього розвитку підприємства; фінансова стабільність підприємства в процесі його розвитку; високий рівень інвестиційної активності й

ефективність інвестицій; ефективна нейтралізація фінансових ризиків; високий інноваційний рівень фінансової діяльності; швидке й ефективне подолання виникаючих кризових фінансових ситуацій.

Будь-який прояв економічної нестабільності в державі насамперед негативно відображається на реалізації першого фінансового інтересу підприємства, а саме на стійкому зростанні рівня рентабельності, порушення якого практично унеможливує реалізацію інших пріоритетних інтересів, не говорячи вже про основний фінансовий інтерес – максимізацію ринкової вартості підприємства. Тому можна зробити висновок про наявність негативного впливу економічної нестабільності в державі на рівень фінансової безпеки підприємства.

Проблеми власної економічної безпеки виникають перед кожним підприємством не тільки в кризові періоди, але й під час роботи в стабільному економічному середовищі, комплекс вирішуваних при цьому цільових завдань має істотну відмінність.

У режимі стійкого функціонування підприємство при вирішенні завдань економічної безпеки акцентує головну увагу на підтримці нормального ритму виробництва і збуту продукції, на запобіганні матеріальному чи фінансовому збитку, на недопущенні несанкціонованого доступу до службової інформації і руйнування комп'ютерних баз даних тощо. У кризові періоди розвитку найбільшу небезпеку для підприємства становить руйнування його потенціалу (виробничого, технологічного, науково-технічного і кадрового) як головного чинника життєдіяльності підприємства, його можливостей.

Таким чином, у сьогоdnішньому економічному середовищі посилюються вимоги до всебічного управління ризиками. Такий підхід дозволяє гарантувати, що як ризики, так і можливості для зростання і розвитку компанії будуть систематично ідентифіковані та проаналізовані та будуть запропоновані рішення, що дозволяють бізнесу мінімізувати збитки і максимізувати можливий прибуток.

Список використаних джерел

1. Геєць В. М. Нестабільність та економічне зростання. К. : Ін-т екон. прогноз., 2000. 344 с.
2. Климко Г. Н. Основи економічної теорії: політекономічний аспект : підруч. для студ. екон. спец. вищ. закл. осв. / Г. Н. Климко, В. П. Нестеренко, Л. О. Каніщенко та ін. 2-ге вид., перероб. і доп. К. : Вища школа, 1999. 743 с.

УДК 658:65.012.8:339

УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ БАЗИС

ЗОРЯНА РАВЛІНКО

ПП «Троянда–Захід», Україна

COVID-19 із подальшим загостренням військової агресії Російської Федерації значно ускладнили умови діяльності українських підприємств, тим самим актуалізуючи необхідність розгляду науково-методичних аспектів здійснення безпекової діяльності, виходячи із оновленого переліку домінуючих ризиків й загроз та пріоритетів у досягненні стратегічних цілей. Такі обставини стимулюють до перегляду засад управління безпековою діяльністю, що можливо шляхом з'ясування сучасного розуміння суті поняття «управління».

Основи першого підходу були закладені ще П. Друкером та А. Файолем, а його сутність можна позначити як «діяльнісний». П. Друкер розглядав управління з точки зору «...особливого виду діяльності, що перетворює неорганізований натовп в ефективну, цілеспрямовану і продуктивну групу» [3, с. 26]. Стосовно безпекової діяльності таке розуміння можна трансформувати як діяльність щодо залучення усіх зацікавлених осіб до участі в процесі забезпечення безпеки. А. Файоль певним чином конкретизує зміст такої діяльності, виходячи, що вона повинна бути «...ієрархічно організованою, ... завдяки якій визначається оптимальний спосіб групування, розподіл повноважень і відповідальності на різних рівнях організації» [8, с. 16]. Таке сприйняття може лягти в основу розподілу функціональних обов'язків між суб'єктами безпеки для більш раціонального використання наявного ресурсного забезпечення й досягнення кращих результатів. Серед більш новіших визначень нами виділено авторства С. Михайлова, який, дотримуючись загальний параметрів підходу, конкретизує зміст управління як «...цілеспрямовану діяльність людини, за допомогою якої вона впорядковує і підкоряє своїм інтересам елементи внутрішнього і зовнішнього середовища об'єкта управління» [6, с. 3]. На нашу точку зору, стосовно безпекової діяльності управління повинно бути орієнтовано скоріше не на домінування інтересів однієї із складових системи, а узгодженому досягненні потреб усіх учасників. Зазначене виходить з того, що домінування з однієї сторони та незадоволеність іншої є підставою для виникнення загрози, наявність й розвиток якої негативно впливає на рівень безпеки системи загалом. В цілому ж діяльнісний підхід характеризує управління як специфічний вид діяльності, який потребує знань, досвіду та здатності координувати дії значної кількості осіб, поведінка яких визначається власними інтересами.

Другий підхід – «системний» – не втрачає своєї актуальності, виходячи із універсальності у застосуванні стосовно будь-якої сукупності одиниць, які об'єднані в систему через внутрішньогрупові зв'язки та участь в спільних процесах. В. Колпаков та О. Кузьменко конкретизують складові системи, виділяючи «...1) суб'єкт управління, який виконує функції керівництва; 2) об'єкт управління; 3) управлінський вплив (комплекс цілеспрямованих і організуючих команд, заходів, прийомів, методів); 4) зворотній зв'язок» [5, с. 9]. Використання цього підходу вимагає попереднього наукового проектування системи управління безпековою діяльністю на основі прийнятих принципів із визначенням цілей, завдань, функцій, методів, заходів та обмежень не лише стосовно об'єктів як внутрішніх складових підприємства, але й тих, що перебувають у зовнішньому середовищі, але пов'язані із процесом забезпечення безпеки.

Сутність третього підходу – «процесного» – доволі чітко було сформовано ще у публікаціях М. Мескона, Ф. Хедоурі та М. Альберта, де управління розглядається як «...процес планування, організації, мотивації і контролю,... необхідний для того, щоб сформулювати і досягти цілей організації» [9, с. 23]. В публікаціях наслідувачів підкреслюють окремі моменти, але виходячи із суті управління як процесу, тобто послідовності здійснення певних дій. Для прикладу, Р. Домінік та С. Даніель обґрунтовують необхідність розуміти під управлінням «...комплекс процедур, що застосовуються для вдосконалення процесу створення вартості та для забезпечення стабільності фірми» [1, с. 39]. Нам імпонує у цьому визначенні, що управління загалом повинно враховувати безпекові аспекти, які проявляються у розробленні й реалізації управлінських рішень, виходячи із необхідності збереження цілісності підприємства. В цілому ж таке сприйняття управління вимагає як зосередженості на послідовності змін у функціонуванні підприємства, так й виконання базових функцій, які актуальні і стосовно безпекової діяльності.

Четвертий підхід нами виділено виходячи із аргументованого доведення І. Драч [2, с. 93] необхідності врахування соціально-психологічних моментів, що виникають під час взаємодії суб'єкта та об'єкта управління. Актуальність такого підходу підкреслюється і в публікаціях Л. Карамушки, яка акцентує увагу на «...суб'єктивних факторах, які пов'язані із індивідуально-психологічними характеристиками самого керівника, особливостями його взаємодії з колективом» [4, с. 18]. Науковець доводить, що сам процес прийняття управлінського рішення потрібно розглядати не з позиції дотримання процедури та виконання завчасно розробленого алгоритму щодо накопичення інформаційного підґрунтя, вивчення проблеми, формування альтернативних варіантів та вибору оптимального з них, а перш за все соціально-психологічного стану керуючого здійснити дії в контакт із підлеглими. Виходячи з того, що суб'єктом й об'єктом безпеки виступають люди, то таке розуміння управління додає необхідний ракурс покращення взаємодії у досягненні визначених цілей, коли в межах керівного впливу домінує узгодженість й розуміння спроможності виконати завдання, а не примус та ігнорування інтересів.

Систематизація основних концепцій в розумінні управління із врахуванням сучасних підходів створила необхідне підґрунтя для формулювання власної інтерпретації управління безпековою діяльністю. Вважаємо, що цей крок є важливим, адже поруч із недостатньою увагою до безпекової діяльності на мікрорівні, сьогодні відомі лише окремі позиції щодо управління нею. Так, В. Фостяк розглядає управління безпековою діяльністю підприємства як «...процес планування, організації, мотивації і контролю систематичних та цілеспрямованих дій суб'єктів безпеки стосовно об'єктів безпеки для збереження підприємства як системи та формування безпечних умов розвитку для досягнення пріоритетних інтересів» [7, с. 205].

Авторська позиція полягає в необхідності розуміти управління безпековою діяльністю як цілеспрямований та організований керуючий вплив (на основі застосування методів, засобів, технологій та наявних ресурсів) суб'єктів безпеки

на внутрішні та зовнішні об'єкти з метою консолідації зусиль у досягненні цілей в сфері безпекової діяльності.

Підводячи підсумки доцільно зазначити, що управління виступає обов'язковою умовою досягнення поставлених завдань стосовно будь-яких соціальних та економічних процесів. Безпекова діяльність характеризується домінуванням людського фактору, а відтак вимагає особливої уваги в питаннях чіткості побудови взаємовідносин між суб'єктами й об'єктами безпеки. Простеження генезису параметрів управління із характеристикою сучасних підходів («діяльнісний», «системний», «процесний» та «соціально-психологічних») дозволило уточнити сучасне розуміння управління безпековою діяльністю, ефективність якого визначає здатність підтримувати життєздатність кожного суб'єкта господарювання.

Список використаних джерел

1. Домінік Р., Даніель С. Управління; пер. з фр. Київ: Основи, 1995. 442 с.
2. Драч І. І. Феномен управління в умовах трансформації освіти. *Теорія і методика управління освітою*. 2012. №9. С. 92–98.
3. Друкер П. Ефективний керівник. Київ : КМ-БУКС, 2019. 352 с.
4. Карамушка Л. М. Психологія управління. Київ: Міленіум, 2003. 344с.
5. Колпаков В. К., Кузьменко О. В. Адміністративне право України. Київ : Юрінком Інтер, 2003. 544 с.
6. Михайлов С.І. Менеджмент. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 536 с.
7. Фостяк В. І. Методичні засади формування системи управління безпековою діяльністю підприємств. *Наукові записки (Українська академія друкарства)*. 2018. Вип. 1 (56). С. 201–207.
8. Fayol Henri. *Administration industrielle et générale*. Paris: Dunod et Pinat, 1917. 174 p.
9. MesconH., AlbertM., KhedouriF. *Management: Individualandorganizational effectiveness*. HarpercollinsCollegeDiv, 2020. 756 p.

УДК 330.341.1

СИСТЕМА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА: МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПОБУДОВИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ РИНКУ ПРАЦІ

НАТАЛІЯ АНДРІЇВ

Ужгородського національного університету, Україна

Традиційно безпекова діяльність в умовах українських підприємств розглядається виходячи із необхідності створення системи економічної безпеки підприємства, в межах якої встановлюються завдання, формується ресурсне завдання та реалізуються заходи щодо підтримання певного рівня безпеки, який уможливорює динамічне функціонування та розвиток попри суттєвість впливу широкого переліку зовнішніх та внутрішніх факторів. Параметри такої системи визначаються специфікою господарської діяльності певного підприємства, а відтак в більшості є унікальними, але вони об'єднані логікою застосування

системного підходу, що забезпечує імплантацію служби безпеки в організаційну структуру та їх взаємодію виходячи із спрямованості на досягнення стратегічних цілей. Сьогоднішні реалії, що пов'язані із збільшенням частки цифрової економіки, цифровізацією ринку праці та процесами щодо цифрової трансформації підприємства вимагають перегляду засад формування системи економічної безпеки підприємства.

В умовах кожного підприємства створюється своя унікальна системи економічної безпеки підприємства, яка відповідає специфіці господарської діяльності, інтенсивності внутрішніх процесів та агресивності зовнішнього середовища, але основою залишається структура такої системи, тобто перелік елементів, які повинні бути визначенні уже на перших етапах побудови. Основні позиції щодо структури та процесу формування системи економічної безпеки підприємства нами представлено в графічному вигляді на рис. 1.



Рисунок 1 Модель формування системи економічної безпеки підприємства в умовах цифровізації ринку праці, розроблено автором

Побудова системи економічної безпеки підприємства повинна проводитися у відповідності до економічної стратегії, при цьому цей зв'язок має бути в подальшому двостороннім: встановлення цільових орієнтирів розвитку

підприємства та планування заходів щодо їх досягнення має здійснюватися у відповідності до обмежень, які визначаються безпековою діяльністю, а цілі й завдання у діях суб'єктів безпеки – відповідати політиці діяльності підприємства.

Обов'язковою складовою системи економічної безпеки підприємства виступають суб'єкти та об'єкти безпеки. З точки зору цифровізації ринку праці такі елементи потребують певного уточнення. До безпекової діяльності доцільно залучати в якості внутрішніх суб'єктів практично усіх працівників із відповідним групуванням на «спеціалізовані» (співробітники служби безпеки), «напівспеціалізовані» (фахівці фінансового, юридичного, маркетингового та інших підрозділів, які виконують завдання щодо збирання й узагальнення первинної інформації) та «вузькопрофільні» (інший персонал, який залучається до здійснення окремих операцій в несистематичному порядку). Коло зовнішніх суб'єктів безпеки доцільно розширити за рахунок рекрутингових, аналітичних та інформаційних агентств й служб та навчальних центрів, які можуть послужити джерелом інформації та засобом залучення працівників необхідної кваліфікації, а також формування резерву, підготовки та перепідготовки фахівців.

Традиційно до об'єктів безпеки відносять усі ресурси, зокрема й трудові, тобто штатні працівники. Цифровізація ринку праці провокує необхідність внесення змін у таке розуміння цієї складової системи економічної безпеки підприємства. Підставою може слугувати хоча б поширення залучення фрілансерів та використання цифрового аутсорсингу. Зростання ж важливості людського капіталу вимагає розгляду як об'єктів безпеки й претендентів на робочі місця, зокрема тих, що володіють цифровими компетентностями та спроможні за рахунок генерування нових знань та креативного вирішення проблем сприяти покращенню конкурентної позиції підприємства. Специфікою українського ринку праці є висока мобільність робочої сили, відтак об'єктами безпеки також можна вважати працівників підприємства-конкурента, стосовно яких існує зацікавленість та можливість зміни місця роботи. Загалом авторська позиція полягає в тому, що об'єкти безпеки повинні визначатися не виходячи із необхідності захисту, а умов досягнення стратегічних цілей. Таке трактування не лише розширює коло об'єктів безпеки, але вимагає їх структуризації та розроблення відмінних заходів щодо реагування на їх активність.

УДК 338

ESG-РИЗИКИ У ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ

ІГОР ІВАСІВ

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
Україна*

На сьогодні зміна клімату стала найважливішим завданням у глобальному порядку денному. Людство все більше усвідомлює, що кліматичні ризики можуть серйозно вплинути на банки та інші фінансові установи. Крім того, існують інші екологічні ризики, такі як втрата біорізноманіття та дефіцит води, а також

соціальні ризики, пов'язані з правами людини та безпекою на робочому місці, які можуть значно вплинути на бізнес. Тому банки докладають чимало зусиль для кращого розуміння наслідків кліматичних, екологічних і соціальних ризиків (ESG) і вживають заходи для управління ними.

ESG ризики стосуються екологічних, соціальних та управлінських ризиків, які можуть вплинути на прибутковість та ліквідність фірми. Ця проблема має особливе значення для банків, оскільки ризики ESG можуть безпосередньо впливати на банк або на його клієнтів, що, в свою чергу, може призвести до збільшення кількості непрацюючих кредитів. У зв'язку з поточними політичними дебатами та загостренням проблеми кліматичних змін, наразі особлива увага приділяється екологічним ризикам. Екологічні ризики можуть бути фізичними (наприклад, пошкодження будівель банку під час стихії) або пов'язаними з переходом (наприклад, зміни законодавства про забруднення, що можуть вплинути на бізнес клієнтів банку).

Економічна діяльність та фінансова система піддаються впливу фізичних та перехідних ризиків, які можуть спричинити зниження прибутковості, знецінення активів та зміни в економічному розвитку. Особливо вразливі до таких ризиків банки, чия бізнес-модель залежить від секторів та ринків, пов'язаних із кліматичними та екологічними ризиками. Крім того, такі ризики можуть призвести до судових позовів (проблема «ризиків відповідальності») та втрати репутації установи внаслідок її зв'язку з негативним впливом на довкілля (проблема «втрати репутації»).

Ефективне управління ризиками в банку передбачає наявність надійної структури управління. Ризики ESG можуть впливати на всі підрозділи та департаменти банку, включаючи центри прибутку та витрат. Розширення ролей і відповідальності існуючих підрозділів є ключовим, але створення центрального підрозділу координації ризиків ESG може принести ще більше користі. Центри прибутку на першій лінії захисту повинні враховувати фактори ризику ESG під час розробки продуктів, ціноутворення та продажів. Робота з ризиками ESG має стати частиною всіх відповідних процесів, включаючи процес кредитування. Критерії прийняття рішень та контроль мають бути закріплені в процесі кредитування, а фактори ESG повинні перевірятися та оцінюватися регулярно для всіх корпоративних клієнтів. Оцінки ризиків повинні проводитися не тільки при наданні кредитів, але й регулярно, щоб уникнути фінансових та репутаційних ризиків.

Центри витрат, які зазвичай є першою лінією захисту від нефінансових ризиків, повинні розробити власні процеси управління ризиками, які б включали аспекти, пов'язані з ризиками ESG. Це передбачає покращення методів та інструментів оцінки ризику та зв'язку з нефінансовими ризиками, такими як операційний ризик та ризик репутації. Друга лінія захисту включає структурні підрозділи ризик-менеджменту та комплаєнсу. Ризик-менеджмент повинен розробити методи, процеси та інструменти для роботи з ризиками ESG та включити результати у звітність про ризики. Служба комплаєнсу має перевірити, чи відповідає організація юридичним та добровільно запровадженим рекомендаціям ESG. Внутрішній аудит, як третя лінія захисту, повинен

переконатися, що всі відповідні процеси належним чином включають аспекти ризиків ESG та дотримуються послідовно.

Для досягнення сталого розвитку, фінансові установи повинні розробляти та впроваджувати розумну бізнес-стратегію. Обговорення мотивації стосовно сталого розвитку може слугувати відправною точкою для вивчення майбутніх проблем та необхідних напрямків дій у розробці та реалізації бізнес-стратегії. Мотивація для розгляду теми може бути різною, від економічних, регулятивних та правових причин до внутрішніх соціальних та екологічних мотивів. Залежно від мотиваційних цілей, зовнішні стійкі проекти можуть підтримуватися через фінансову підтримку або залученням контенту. Якщо бізнес-стратегії засновані на мотивації, то ступінь їх інтеграції в бізнес-модель може варіюватися від діяльності корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) до прийняття ESG як основної частини бізнес-моделі. Чим більші аспекти ESG входять до основної частини бізнес-моделі банку, тим більш узгоджені повинні бути види діяльності, а також вище мають бути посади менеджерів, відповідальних за теми ESG.

Для досягнення сталого розвитку, фінансові установи повинні впроваджувати розумну бізнес-стратегію, що тісно пов'язана зі стратегією ризиків щодо ризиків ESG. Ця стратегія повинна постійно оновлюватися, оскільки ризики ESG виникають у складних причинно-наслідкових зв'язках між різними типами ризиків у банку. Одним з ключових питань, яке необхідно врахувати, є ризик концентрації. Ризики ESG можуть призвести до пошкодження компаній в одній або суміжних галузях, а також банківського сектору, що має з ними бізнес. Ці можливі події повинні бути передбачені в стратегії ризику, щоб мінімізувати їх вплив на банк. Чим більш інтегрована стратегія ESG у бізнес-модель банку, тим більш важливою стає стратегія ризиків ESG. Регулярне оновлення стратегії ризиків є ключовим елементом забезпечення сталого розвитку фінансових установ.

Горизонти планування ризиків ESG можуть бути значно довші, ніж традиційні 3-5 років, які використовуються для стратегії бізнесу та ризиків. Це пояснюється тим, що наслідки ESG-ризиків можуть виявитися значно пізніше після виникнення ризику. Наприклад, наслідки змін клімату можуть бути відчутні лише через кілька десятиліть. Тому, при розробці стратегії ризиків ESG, важливо враховувати довгострокові наслідки ризиків та мінімізувати їх.

Крім того, важливо визнати характеристики ділових відносин та продуктів при розробці стратегії ризиків ESG. Наприклад, якщо у банку є довгострокові фінансові інструменти, то це може означати, що він більш вразливий до змін клімату. Тому, при розробці стратегії ризиків ESG, важливо враховувати такі характеристики продуктів та ділових відносин.

Посібник Європейського центрального банку щодо ризиків, пов'язаних із кліматом та навколишнім середовищем, містить 13 вимог для банків, які мають інтегрувати ESG-ризики у свою діяльність [1]. Вже з 15.05.2021 року банки, які перебувають під наглядом ЄЦБ, подають спеціально розроблений звіт про самооцінку та дорожню карту для досягнення цих очікувань. Загалом, європейські банки активно працюють над покращенням свого розуміння ризиків, пов'язаних із навколишнім середовищем та кліматом, і розглядає найкращі світові практики.

Включення ризиків природного капіталу може допомогти компаніям уникнути негативних наслідків, пов'язаних з втратою біорізноманіття, змінами клімату та іншими природними кризами. Розробка системи управління ризиками та розкриття інформації про ризики, пов'язані з природою, може допомогти зменшити екологічні наслідки виробничих процесів та підвищити стійкість компаній до змін клімату та інших природних ризиків. Встановлення науково обґрунтованих цілей щодо природного капіталу може стати додатковим інструментом для зменшення негативного впливу компаній на довкілля та забезпечення їх сталого розвитку [2].

Ризики, пов'язані з екологією, соціальними питаннями та корпоративним управлінням (ESG), привертають все більше уваги інвесторів, регуляторів та інших зацікавлених сторін, особливо в банківському секторі. Найпоширеніші ризики ESG включають зміну клімату, соціальну нерівність та проблеми корпоративного управління, такі як недостатнє представництво різноманітності у керівних органах та неетичну поведінку. Ці ризики можуть мати фінансовий та нефінансовий вплив, і банки повинні вимірювати та розуміти ці впливи, щоб ефективно управляти ризиками ESG. Важливою для банків є і взаємодія з зацікавленими сторонами, що дає змогу зрозуміти їх очікування та занепокоєння щодо питань ESG. Інтеграція ESG може принести багато переваг, таких як більш ефективне управління ризиками, економія коштів та підвищення репутації. Однак, для ефективної інтеграції ESG, банки повинні здійснити суттєві зміни у своїх бізнес-моделях, культурі та діяльності. Українським регуляторам слід врахувати краща європейські практики, а вітчизняним банкам – імплементувати ефективні підходи до управління ESG-ризиками у свою діяльність.

Список використаних джерел

1. Guide on Climate-Related and Environmental Risk. Supervisory expectations relating to risk management and disclosure. [Електронний ресурс]: European Central Bank. – Режим доступу: <https://www.bankingsupervision.europa.eu/ecb/pub/pdf/ssm.202011finalguideonclimate-relatedandenvironmentalrisks~58213f6564.en.pdf>.
2. ESG Risk: a new paradigm for risk management. [Електронний ресурс]: ShapingtheFutureUK. – Режим доступу: <https://www.beshapingthefuture.co.uk/wp-content/uploads/2022/06/ESG-Risk-Transformation-part-2-June-2022.pdf>.

УДК 364-78:005.12

ІНТЕГРОВАНІЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМИ ПРОЕКТАМИ

СВІТЛАНА БОРТНІК

Волинський національний університет імені Лесі Українки, Україна

Глибокі кризові явища, що останнім часом спостерігаються в економіці та соціальній сфері країни внаслідок тривалої пандемії та затяжної війни з російським

агресором, зумовлюють появу якісно нового підходу до вирішення соціально-економічних проблем, який знаходить своє вираження у соціальному проектуванні та проектно-орієнтованому підході до управління підприємствами усіх організаційних форм. Соціально-економічне проектування займає все вагомніше місце у сучасній підприємницькій діяльності й розвитку українського суспільства загалом, виділившись в окрему галузь знань, самостійну науку та сферу практичної діяльності.

Вивченню питань соціального проектування присвячена значна кількість наукових праць таких вчених як Мішина С., Бутченко Т., Безпалько О., Нагорна Г., Пономаренко О., Шкуро В. Методикам та підходам до обґрунтування, аналізу та оцінювання проектів та їх результатів також приділена суттєва увага в науковому світі такими вченими як Попова Н., Петрович Й., Новаківський І., Кулініч О. та ін. Однак на сьогодні у науковій літературі практично не існує публікацій, у яких соціальне проектування розглядається у комплексі та взаємозв'язку з економічним стосовно не лише показників та методик аналізу та оцінювання, а в першу чергу ефективного управління та супроводу при реалізації.

Однак, як показує практика, підготовка та реалізація проектів відноситься до складних видів людської діяльності, що вимагає не просто особливих знань та навиків, а й швидкого, гнучкого реагування на постійні непередбачувані зміни. При цьому оцінювання ризиків інвестиційних проектів та розробка програм з їх мінімізації – лише незначна частина проектної роботи, оскільки при реалізації проектів часто виникають не просто відхилення від запланованих показників (витрат, ресурсів, термінів виконання тощо), а й інші непередбачувані зміни (кризи, конфлікти, стреси, форс-мажорні обставини тощо). Останні дослідження у галузі управління проектами демонструють, що найскладніші проблеми розробки мають людську, а не технічну природу, тому що людська діяльність з розробки планів охоплює всі етапи створення та виконання проекту [1, с. 61].

Зарубіжний та вітчизняний досвід свідчить, що соціально-економічні проекти ранжуються від неперспективних (вимушених, до яких зазвичай належить більшість соціальних проектів) до найновітніших (інноваційних, венчурних, або досить високо ризикових) [2]. Найчастіше перші не дають майже ніякої віддачі, а лише підтримують на плаву підприємства, що потребують глибокої санації або взагалі ліквідації; другі потребують набагато більших витрат, але забезпечують швидкий науково-технічний прорив та примноження капіталу, проте мають високий ступінь ризику [4]. Природно, що підходи до розроблення, аналізу, реалізації та оцінювання таких проектів будуть різними.

Світовий досвід підтверджує, що в останні десятиліття підготовка та реалізація проектів сформувались в досить спеціалізований вид професійної діяльності, який досить швидко розвивається, впроваджуються та випробовуються спеціальні методи управління проектною діяльністю, перманентно оновлюються підходи та технології соціально-економічного проектування, причому як у державному, так і у приватному секторах економіки.

Фактичне виконання проекту будь-якої складності, як правило, ніколи не проходить згідно з планом. В процесі реалізації проекту можуть змінюватись умови виконання робіт проекту, з'являтися додаткові вимоги замовника, виникати

непередбачувані обставини, кризові ситуації тощо. У науковій літературі вчені виокремлюють три типи неочікуваних «казусів» у проекті, через які він потерпає від збитків, подовжується у часі, і загалом, може бути припинений і закритий: ризики, зміни, конфлікти, проблеми, які дослідники об'єднують під одним терміном – «відхилення у проекті». Керувати такими відхиленнями – завдання непросте, а часто навіть екстремальне, оскільки превентивне управління відхиленнями у проекті неможливе априорі, інакше задача зводилась би виключно до управління ризиками (мінімізацію та нівелювання яких пророблено достатньо у науковій літературі). При цьому варто зауважити, що нині внаслідок прискореної глобалізації соціально-економічного простору, ускладнення господарських взаємозв'язків, значного зростання рівня конкурентної боротьби та динамічності зовнішнього середовища ймовірність появи неочікуваних подій та явищ зростає у геометричній прогресії і темпи змін продовжують збільшуватися, не зводячись виключно до ризиків та програм їх мінімізації.

Отже, сучасна методологія управління соціально-економічними проектами та програмами потребує посилення уваги та зусиль проектною командою у розрізах управління проектними відхиленнями [3], оскільки мінливість зовнішнього середовища (у політичному, правовому, економічному, соціальному та інших аспектах) призводить до нестабільності та мінливості стану проекту, що може негативно впливати на досягнення його результату.

Тобто, методологія проектного управління набуває подальшого розвитку у напрямі не лише управління інноваційними соціально-економічними проектами підприємств, а й інтегрування в їхню господарську діяльність. Тобто проектне управління, що сприймалося у контексті інструментарію управління, перетворюється на стиль управління, який здатен забезпечити вищий рівень ефективності порівняно з іншими. З огляду на вищевикладене, на наш погляд, значної актуальності набуває формування інтегрованого механізму проектного управління, який передбачає перегляд та вдосконалення, розвиток методичних засад та положень усіх його процесів відповідно до сучасних вимог.

Інтегрованість у даному випадку означає врахування взаємозв'язків і взаємовпливів не лише між ризиками, їх причинами та наслідками, а між усіма відхиленнями у проектах, які спричиняють відхилення показників від запланованих. Тобто управління змінами у проектах повинно бути представлено множиною процесів у межах сфери управління інтеграцією у проекті. При цьому завжди слід пам'ятати про ознаки проекту: його неповторність, обмеженість у часі, спрямованість на досягнення певної цілі та необхідність координації запланованих дій.

Отже, аналіз сучасних підходів до управління різними причинами відхилень у проектах (ризиками, змінами, проблемами, стресами, кризами, конфліктами) показує, що нині у методології управління проектами і програмами застосовують у великій кількості різноманітні моделі та методи управління ризиками у проектах, які не враховують ні зв'язки та взаємовпливи між самими ризиками, ні причинно-наслідкові зв'язки між ризиками та іншими з вищеназваних причин відхилень.

Питання управління проблемами у проектах вирішують за допомогою теорії прийняття рішень. Управління конфліктами, стресами та кризами у науковому

плані є більш розробленими у соціальній психології, менеджменті організацій, теорії систем, але не в управлінні соціально-економічними проектами. Тому управління змінами у проектах повинно бути представлено процесами в межах галузі управління інтеграцією у проєкті, оскільки на практиці наявні суттєві протиріччя між необхідністю управління всіма видами відхилень у проєктах та неможливістю сьогодні управляти ними системно у зв'язку з відсутністю відповідних технологій, методів та моделей.

Отже, інтегрований підхід до управління соціально-економічними проектами передбачає не лише наявність та застосування спеціалізованих міждисциплінарних знань з проєктно-орієнтованого управління змінами і відхиленнями у проєктах, а й формування системи моделей, комплексів, алгоритмів реагування на непередбачувані події, які дозволяють превентивно враховувати причинно-наслідкові зв'язки між ризиками та іншими з вищеназваних причинами відхилень у проєктах з метою відбору найбільш ефективних, економічно доцільних проєктів, раціонального розподілу використовуваних ресурсів та досягнення мети з мінімальними витратами в умовах існуючих обмежень.

Список використаних джерел

1. Бортнік С.М. Бізнес-планування та оцінка впливу людського чинника в управлінні проєктами розвитку підприємства. *Інфраструктура ринку: науково-практичний журнал*. Одеса. 2022. № 65. С. 58-63. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/65_2022/12.pdf

2. Проєктний менеджмент: управління ризиками та змінами в процесах прийняття управлінських рішень : монографія / О. Б. Данченко, В. О. Занора. – Черкаси : ПП Чабаненко Ю.А., 2019. 278 с.

3. Рибак А. І., Азарова І. Б. Управління зацікавленими сторонами в проєктному менеджменті: монографія. Одес. держ. акад. буд-ва і архітектури. Одеса : ОДАБА, 2017. 144 с.

4. Соціальне проєктування та грантрайтинг / авт.-уклад. О.В. Кулініч, Д. С. Ткачов, А. В. Коновалов, В. М. Казусь. Харків: Управління інноваційного розвитку та іміджевих проєктів, 2018. 42 с.

УДК 336.143.2

ЗБАЛАНСОВАНИЙ ДЕРЖБЮДЖЕТ, ЯК ЗАПОРУКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

ОКСАНА КОГУТ-ФЕРЕНС, АНДРІАНА КОЛОТИЛО

Прикарпатський університет імені Василя Стефаника, Україна

Збалансований державний бюджет – це той бюджет, коли доходи та витрати уряду узгоджені між собою і спрямовані на досягнення певних цілей, які визначені економічною політикою країни. Такий бюджет є гарантією сталого розвитку економіки України.

Збалансований бюджет також сприяє підвищенню довіри до внутрішніх та зовнішніх інвесторів, оскільки він свідчить про стабільність та передбачуваність

економічної ситуації в країні. Це знову ж таки сприяє залученню інвестицій, які є необхідним елементом для сталого розвитку економіки.

Таблиця 1

**Доходи, видатки та бюджетний дефіцит України протягом 2014-2022 рр.
(млн грн)**

Рік	Доходи	Видатки	Бюджетний дефіцит
2014	357084,2	430217,8	-78052,8
2015	534694,8	576911,4	-45167,5
2016	616274,8	684743,4	-70130,2
2017	793265,0	839243,7	-47849,6
2018	928108,3	985842,0	-59247,9
2019	998278,9	1072891,5	-78049,5
2020	1076016,7	1288016,7	-217096,1
2021	1296852,9	1490258,9	-197937,4
2022	1787395,6	2705423,3	-914701,7

Джерело: адаптовано автором [1]

Починаючи з 2014 року по теперішній час бюджет України не можна назвати збалансованим через низку причин, які безпосередньо чи опосередковано впливають на ефективність реалізації бюджетної політики на території нашої країни [1].

Протягом 2014 року, ефективність реалізації держбюджету України була низькою через економічну нестабільність та політичні кризи, що спричинили значні фінансові труднощі для країни. У 2014 році Україна стала свідком великої політичної кризи, були здійснені незаконні анексії Криму та регіону Донбасу. Дефіцит бюджету становив більше 70 мільярдів гривень, що призвело до збільшення державного боргу України.

За звітний період 2015 року, реалізація держбюджету України була виконана з незначними порушеннями і недоліками порівняно з попереднім роком. За даними Міністерства фінансів України, загальний дефіцит бюджету становив 45,2 млрд гривень, що склало 2.28%ВВП країни [1]. Це не перевищувало запланований максимальний дефіцит в розмірі 63,7 млрд гривень. Однією з причин невиконання бюджету були значні витрати на війну на сході країни, а також зростання соціальних виплат населенню.

Звіт про реалізацію державного бюджету України протягом 2016 року був оприлюднений на офіційному сайті Міністерства фінансів України. Згідно з цим звітом, загальний обсяг доходів держбюджету склав 616,2 млрд грн, що на 1,3% більше прогнозованого показника [2]. У 2016 році Україна зберегла бюджетний баланс і здійснила виплату всіх запланованих видатків.

За даними Міністерства фінансів України, держбюджет України на 2017 рік передбачав доходи в розмірі 721,4 млрд грн та видатки в розмірі 790,4 млрд грн. Протягом 2017 року було зареєстровано значне збільшення надходжень до державного бюджету в порівнянні з планом. Згідно з даними Міністерства фінансів України, у 2017 році до державного бюджету надійшло 793,2 млрд грн, що на 10% більше, ніж передбачалося у бюджеті [2]. У той же час, у 2017 році

видатки з бюджету склали 839,2 млрд грн, що на 6% більше, ніж передбачалося у бюджеті. Однак, було зменшено видатки на економіку на 15,2%, на національну оборону на 1,7% та на соціальний захист населення на 2,5%.

На основі даних Міністерства фінансів України, реалізація держбюджету України протягом 2018 року була успішною, він був виконаний за доходами на 98%, за видатками — на 95,3%. Однак, важливо зазначити, що держбюджет України є складним економічним і соціальним інструментом, і його реалізація може залежати від багатьох факторів, включаючи зовнішні економічні умови, політичну стабільність та ефективність управління бюджетними коштами [4].

За результатами виконання бюджету у 2019 році Україна мала дефіцит бюджету в розмірі -78 млрд грн. У цілому, виконання державного бюджету України у 2019 році було складним, але було досягнуто деяких позитивних результатів.

Згідно з офіційними даними Міністерства фінансів України, державний бюджет України на 2020 рік передбачав доходи в розмірі 1,093 трлн грн та видатки на рівні 1,182 трлн грн. Проте, через пандемію COVID-19 та зменшення економічної активності, доходи бюджету знизилися, а видатки зросли, що призвело до збільшення дефіциту державного бюджету. Таким чином, дефіцит держбюджету у 2020 році становив 217 млрд грн, що у 2,78 рази більше ніж у 2019 році [3].

Виручка у 2021 році (1,3 трлн грн) на 18% перевищила заплановану на початку року. Основними чинниками зростання номінальних доходів бюджету є висока промислова інфляція в Україні та світі, а також зростання доходів населення. Найбільше зросли такі статті надходжень: імпорتنний ПДВ (+107 млрд грн, або +39%), ПДФО (+54 млрд грн, або +19%), податок на прибуток (+45 млрд грн, тобто +38%). Традиційно основними джерелами надходжень до державних фінансів були податки, що збираються з доходів населення – ЄСВ та ПДФО [4]. Разом вони становлять 13% ВВП, або 35% сукупного доходу [5].

Війна, яку розв'язала Росія, переломила сформовану тенденцію: видатки держбюджету зросли з 27,4% ВВП у 2021 році до 52,12% у 2022 році. Це збільшення в основному пов'язане зі значним збільшенням фінансування сектору оборони та безпеки у 2022 році. У результаті дефіцит держбюджету досяг 914,9 млрд грн, що є найвищим за часи незалежності України, але в межах, затверджених Законом про Державний бюджет України «Україна-2022». Рівень дефіциту становив 914,9 млрд грн, але в межах, затвердженим Законом України «Про Державний бюджет України». Разом із видатками на оборону Уряд України приділяв значну увагу фінансуванню соціальних видатків, зокрема на виплату різних видів допомоги внутрішньо переміщеним особам [4].

Як бачимо, з 2014 по 2022 роки бюджет був у дефіциті, у 2015 році дефіцит був зменшений порівняно з попереднім роком. Однак в подальшому щороку збільшувався, хоча в цілому тенденція у 2017-2019 роках була перспективною. Протягом 2020 року дефіцит бюджету збільшився більше ніж удвічі через пандемію. За 2022 рік інфляція в Україні становила 126,6%, що є значним зростанням порівняно з попереднім роком. В цілому воєнний стан зумовив переорієнтацію виконання держбюджету України, значне скорочення експорту,

руйнування господарств та підприємств, зменшення економічних операцій. Зараз економічний баланс держави більшою мірою залежить від підтримки міжнародних партнерів.

Прогнозування бюджету на 2023 рік може стати викликом, оскільки економічні та політичні умови відрізняються від попередніх років. З огляду на вказані обставини, було б розумним підвищити обсяги видатків на поточний та капітальний ремонт об'єктів інфраструктури, зокрема доріг, мостів, лікарень, шкіл та інших соціальних об'єктів. Також можна розглянути можливість скорочення витрат на імплементацію нових проектів та програм до моменту зменшення дефіциту бюджету. Додатково, можна розглянути можливість збільшення податків на великі корпорації, які здійснюють діяльність в Україні, а також збільшення податків на високі доходи громадян. Також можна врахувати можливість отримання фінансової допомоги від міжнародних організацій та країн-партнерів, які можуть надати фінансову підтримку в зв'язку з пандемією та війною. Проте важливо зазначити, що це може мати деякі умови та обмеження, які потрібно буде врахувати.

Загалом, збереження стабільності та здорового економічного зростання в Україні потребує вирішення ряду складних економічних, політичних та соціальних питань, таких як боротьба з корупцією, збільшення ефективності використання бюджетних коштів, стимулювання інвестицій та підтримка місцевих бізнесів, відновлення зруйнованої інфраструктури та фінансування оборони і армії для перемоги.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Міністерства фінансів України – URL: <https://mof.gov.ua/uk>.
2. Офіційний сайт Верховної Ради України – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/index>.
3. Офіційний сайт Урядового порталу – URL: <https://www.kmu.gov.ua/>.
4. Бюджетний кодекс України – URL: <https://ips.ligazakon.net/document/T102456?an=1456>.
5. М. Репко, Аналіз бюджету-2021: інфляція збільшила доходи, план “на дороги” перевиконали втричі/ Центр економічної стратегії, 2022 – URL: <https://ces.org.ua/budget-analysis-2021/>.

УДК 339.97

ГЛОБАЛЬНІ ЦИКЛИ ТА СТАЛИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК: ВИКЛИКИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

СЕРГІЙ ВАСИЛЬЧЕНКО, ЛІЛІЯ МИХАЙЛИШИН, ОКСАНА ГРУШКО

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

Державне регулювання економіки, починаючи з кейнсіанської революції, стало невід'ємною складовою економічного буття абсолютної більшості країн світу. Діяльність держави з підтримання стабільності відтворення та забезпечення

умов для сталого розвитку економіки стала вже традиційно важливою і загально визнаною формою участі держави в економіці. З огляду на те, що людство нагромадило чималий досвід регулювання національних і світової економік, варто було б очікувати, що з часом уряди країн навчаться згладжувати циклічні коливання, що сприятиме сталому економічному розвитку. Однак, як свідчить досвід глобальної фінансової кризи 2008-2009 років та пандемічної кризи 2020 року, викликані COVID-19, цього не сталося. Економічний спад 2020 року перевершив за своєю глибиною попередній. І це можна пояснити: людство ще не мало досвіду боротьби з наслідками епідеміологічної глобальної економічної кризи, викликані поширенням вірусу COVID-19, хоча в теорії економіки давно виділяють такий екзогенний чинник циклічності як стихійні лиха, епідемії тощо. Впродовж останнього часу в науковій літературі було зроблено чимало спроб проаналізувати наслідки глобальної рецесії, викликані пандемією та оцінити її вплив на перспективи світового економічного росту, міжнародної торгівлі, зайнятості та безробіття [1;2;3;4;5]. Але, все ж, залишається без відповіді очевидне питання: чому країни з розвинутими економіками зазнали більшого падіння ВВП порівняно з країнами що розвиваються та з країнами з ризикованими ринками (emerging markets and developing economies) (Табл. 1)?

Таблиця 1

Динаміка реального ВВП країн світу у 2009 та 2020 рр. (%).

	2009	2020
Розвинуті країни	-3,17	-4,7
• США	-2,50	-3,5
• Японія	-5,42	-4,7
• Велика Британія	-3,50	-9,9
• Зона Євро	-4,49	-6,6
• Німеччина	-5,69	-4,8
• Франція	-2,98	-8,0
• Італія	-5,28	-8,9
Країни що розвиваються (окрім Китаю)	0,72	-1,7
• Китай	9,40	2,3
Країни з ризикованими ринками	2,29	-2,0

Джерело: [6;7].

Очевидно, що країни з розвинутою економікою, які мають відносно більший третинний сектор, мають більш ефективну економіку, оскільки сфера послуг генерує більшу додану вартість на одиницю витрат, створює більше нових робочих місць, створює довші ланцюжки доданої вартості і виступає потужним двигуном сучасних розвинутих економік. Тому капітал починає концентруватися саме в третинному секторі, зростають розміри третинного сектору. За рахунок великого третинного сектору розвинуті країни мають також і вищу продуктивність праці, порівняно з іншими країнами. Так в числі країн-лідерів за показниками продуктивності праці Німеччина посідає 5-ту позицію, США – 6-му, Франція – 8-му, Велика Британія – 13-ту, Іспанія – 17-ту, Італія – 20-ту, Японія -

21-ту. [8] Тобто ті самі країни, які мають найбільші третинні сектори та найбільші скорочення економіки у 2020 році. Капітал не випадково все більше перетікає в третинний сектор, це загальносвітова тенденція розвитку всіх національних економік, яка може пояснюватися, в тому числі, і більшою прибутковістю капіталу в цьому секторі економіки. Так, наприклад, в економіці Великої Британії прибутковість капіталу в сфері послуг у передкризовому 2019 році складала 19% і зросла на 1,2% у порівнянні з попереднім роком, в той час як у промисловості цей показник впав за цей же період на 2,1% і склав лише 12,9% [9;10]. Аналізуючи наведені статистичні данні, можна зробити припущення про те, що показники структури економіки і динаміки реального ВВП в періоді економічного циклу пов'язані між собою. А саме, чи не корелюються показники частки третинного сектору в економіці з динамікою реального ВВП під час циклічного спаду? Для перевірки цієї гіпотези нами було розраховано коефіцієнт кореляції Пірсона для зазначених двох змінних: частки третинного сектору у ВВП та показниками економічного росту за 2020 рік та для найпоказовіших країн-лідерів - США, Китай, та груп країн - країн зони Євро, країн Центральної та Східної Європи, віднесених до групи «Emerging markets and developing Europe». За результатами проведених обчислень коефіцієнт кореляції Пірсона, який характеризує ступінь лінійної залежності між змінними, склав 0,8282, що свідчить про доволі тісний зв'язок між зазначеними параметрами економік країн.

Список використаних джерел

1. Ephrem Ahadu. Novel Corona Virus Covid-19: Impact on Economic Development and Mitigating Solution for Developing Countries // Journal of Humanities and Social Sciences. June 2020. - № 8(3). – P. 86-91
2. Septpehanie Regina. Effect of Covid-19 on economic growth. - [Electronic resource]. - Access mode https://www.researchgate.net/publication/341566287_Effect_of_Covid-19_on_economic_growth
3. Maryla Maliszewska, Aaditya Mattoo, Dominique van der Mensbrugge. The Potential Impact of COVID-19 on GDP and Trade: A Preliminary Assessment. - [Electronic resource]. - Access mode: <http://documents1.worldbank.org/curated/en/295991586526445673/pdf/The-Potential-Impact-of-COVID-19-on-GDP-and-Trade-A-Preliminary-Assessment.pdf>
4. Stadnyk M. The impact of COVID-19 on the world economy.// Bulletin of IFRS. - [Electronic resource]. - Access mode :https://msfz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/FZ002118
5. Dolbneva DV Influence of COVID-19 on the economy of the world.// Problems of economy. - 2020. - № 1 (43). - С.20 - 26. - [Electronic resource]. - Access mode:[://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2020-1_0-pages-20_26.pdf](http://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2020-1_0-pages-20_26.pdf)
6. World Economic Outlook/ - <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2021/07/27/world-economic-outlook-update-july-2021> Global Economic Prospects. - [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects>

7. Real gross domestic product: Total and per capita, growth rates. - [Electronic resource]. - Access mode: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx>
8. Most Productive Countries 2021- [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/most-productive-countries>
9. FRED Economic Data. Value Added by Industry as a Percentage of Gross Domestic Product. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://fred.stlouisfed.org/release/tables?rid=331&eid=211>
10. Profitability of UK companies: January to March 2019. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ons.gov.uk/economy/nationalaccounts/uksectoraccounts/bulletins/profitabilityofukcompanies/januarytomarch2019>

УДК 339.9

МІЖНАРОДНІ АВТОМОБІЛЬНІ ВАНТАЖОПЕРЕВЕЗЕННЯ ЯК ФОРМА ПІДТРИМКИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

ЛІЛІЯ МИХАЙЛИШИН, АРСЕН ШКВАРИЛЮК, НАЗАР СТЕФАНІШИН

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

Сучасний розвиток світової економіки тісно пов'язаний з стрімким посиленням інтернаціональної взаємодії її суб'єктів, що додатково породжує необхідність удосконалення додаткових забезпечувальних галузей. Однією з таких галузей стали транспортні вантажоперевезення, адже попри забезпечення ключової функції, переміщення товарів з місця на місце, вони стали важливим критерієм для пакування, зберігання, конструктивних властивостей, стандартизації і т.п. для широкого кола благ.

На сьогодні, в межах світового господарства транспортна система вантажоперевезень забезпечується п'ятьма видами транспорту: залізничним, автомобільним, водним, трубопровідним та авіаційним [1]. Кожен із представлених видів має свої переваги і недоліки, так, автомобільний транспорт характеризується найбільшою маневреністю — він відіграє значну роль у забезпеченні змішаних і місцевих перевезень на невеликі відстані. Водночас авіаційний транспорт забезпечує максимальну швидкість доставки вантажів, а морський дозволяє мінімізувати транспортні витрати [2]. Наявність низки переваг та недоліків у кожного з видів транспорту робить питання вибору засобів перевезення надзвичайно важливим в процесі міжнародного товарообороту та функціонування міжнародного бізнесу в цілому.

Євроінтеграційний вектор розвитку України і як наслідок потенціал зростання товарообороту та інтернаціоналізації бізнесу, породжує необхідність розбудови конкурентоспроможного транспортного комплексу в контексті масштабування, безпеки, якості, ефективності використання енергії та впливу на навколишнє середовище. Однак російсько-українська війна створила безпрецедентний вплив на вітчизняну економіку і транспортне

забезпечення її розвитку. В цілому, за даними Міністерства економіки, ВВП України у 2022 році скоротився на 30,4% [3], а система вантажоперевезень за налагодженими ланцюгами поставок, із-за закриття портів, відсутності авіасполучення та необхідністю організації евакуаційних заходів, фактично перестала функціонувати. В таких умовах, компанії, які були зайняті в відповідній сфері змушені кардинально змінювати свою діяльність не лише в плані девекторизації транспортних артерій, а й реструктуризації транспортного забезпечення.

Зважаючи на характер ризиків, які породжені війною, переваги конкретного виду транспорту відіграють «якісно нову» роль, адже саме вони здатні забезпечити виконання покладених на них функцій. Більше того, в умовах блокування однієї із галузей транспортування, навантаження на решту - зростає. Складність цього процесу, полягає в тому, що об'єми вантажів, які перевозяться окремим видом транспорту відрізняються, а тому вимагають вжиття, як стратегічних, так і тактичних заходів.

Традиційно, лідером у перевезенні вантажів в економічній системі України є залізничний транспорт, 50,5% у 2021 році [4], однак прослідковується тенденція до зменшення його використання на користь автомобільного. Із початком війни його роль автомобільного транспорту в вантажоперевезеннях кардинально зросла, адже мобільність та доступність, як ключові його переваги, у порівнянні з іншими видами транспорту, це першопріоритетні характеристики для бізнесу, який перебуває в нестабільних, релокаційних та трансформаційних умовах.

Українська транспортна система зараз перебуває у розбалансованому стані, з одного боку, вона змогла забезпечити транспортування необхідних товарів в умовах війни, проте з іншого - виявилась малоліквідною у непередбачуваних ситуаціях. Так, внаслідок обстрілів та руйнувань залізничних колій Укрзалізниця у 2022 році скоротила перевезення вантажів на 52,1% – до 150,6 млн т [5], а через відсутність належної альтернативи з боку автотранспорту покрити ці втрати для економіки так і не вдалося. Досвід показує, що у період війни важливість автомобільного транспорту постійно підвищується, оскільки він забезпечує доставку «від дверей до дверей», перевозить будь-який товар, може використовувати альтернативні шляхи чи об'їзди і попри певне зростання вартості, паралельно надає змогу здійснювати, як імпорتنі так і експортні операції. У вересні автомобілями до України було доставлено 1 млн. т. вантажів, що складає 54% від загального імпорту товарів [6]. Загалом можна стверджувати, що частка вантажних автомобільних перевезень на ринку буде зростати і в наступних роках, адже досі актуальна потреба в транспортному забезпеченні ЗСУ, обслуговуванні волонтерських ініціатив і навіть повоєнне відновлення і налагодження всіх сфер життєдіяльності потребуватиме доставки широкого спектра товарів.

В таких умовах, ринок комерційних транспортних засобів відзначається неоднозначними тенденціями. Очевидно вітчизняні автоперевізники орієнтуються на максимальну модульність транспортних засобів, якими вони володіють, чи які придбані. На це вказують наступні показники. Протягом 2022 року придбано 66,6 тисячі вантажних автомобілів масою понад 3,5 тони. Це на 35,6% менше, ніж у

2021 році. Більшість вантажівок (68,9%, 45,9 тис.) у 2022 році купувались на внутрішньому ринку. Ще 24,3% (16,2 тис.) привезли вживаними з-за кордону. Лише 6,8% (4,5 тис.) вантажних авто купили новими [7].

Окремим, важливим, елементом вантажних автоперевезень є сідлові тягачі. З січня по червень 2022 року українці придбали 10,4 тисячі нових та вживаних сідлових тягачів. Це на -16,6% менше, ніж за аналогічний період минулого 2021 року. Проте якщо аналізувати місячні результати, то у червні продажі встановили рекорд: 3,2 тисячі угод. Востаннє така кількість транспортних засобів цієї категорії, була продана 2019. [8] Що свідчить про суттєву активізацію в цьому сегменті і ці тенденції були актуальні для 2023 року. У квітні 2023 року українці придбали 2,9 тисячі нових та вживаних сідлових тягачів. Це на 314,3% більше, ніж за аналогічний період минулого 2022 року та на 21,6% менше, ніж у лютому-2023, порахували у Інституті досліджень авторинку. Більшість (48,2%) від усіх тягачів привезли вживаними з-за кордону (1,4 тис. шт.), на внутрішньому ринку придбали 1,3 тис. шт., що складає 45,4% від загальної кількості, новими придбали 6,4% сідлових тягачів, що в кількісному вимірі дорівнює 184 штуки [9].

Загалом можна стверджувати, що ринок вантажних автомобільних перевезень буде одним із не багатьох секторів вітчизняної економіки, який зростатиме навіть в умовах війни. Адже, станом на жовтень 2022 року, за даними Укртрансбезпеки, було видано 1436 ліцензій на автомобільні вантажні перевезення, що в 6 разів більше, ніж за аналогічний період минулого року [6].

Додатковим фактором у розвитку міжнародних вантажних автомобільних перевезень є отримання Україною у 2023 році додаткових 100 базових квот, і таким чином збільшить їх кількість на 27%, тобто в підсумку отримано 475 квот. За допомогою цих квот українські компанії зможуть продовжити безперешкодно перевозити вантажі автомобільним транспортом територіями країн-учасниць системи багатосторонньої квоти дозволів Європейської Конференції Міністрів Транспорту (ЄКМТ) [10].

Зростаючі попит і пропозиція на вантажні автоперевезення в умовах війни і як наслідок їх важливість для сучасної економіки країни додатково потребують докорінного вирішення супровідних проблем в функціонуванні галузі. Зокрема, проблем, пов'язаних з оновленням, дерусифікацією та поповненням парків транспортних засобів, диверсифікацією вантажів та умов доставки, а також сервісного обслуговування.

Найбільш ефективною стратегією подолання вищевказаних проблем є лібералізація імпорту (вантажних транспортних засобів, сідлових тягачів та напівпричепів до них, спецтехніки, тракторів, і самохідних машин і механізмів) та імплементація світового досвіду в практиці вітчизняних виробників комерційного аотранспорту. Предметними кроками в забезпеченні цих заходів є:

- нульове розмитнення для вантажних транспортних засобів, сідлових тягачів та напівпричепів до них, спецтехніки, тракторів, самохідних машин і механізмів, а також комплектуючих до них;
- встановлення перехідного періоду для відповідності транспортних засобів, що експлуатуються всередині країни екологічним нормам Євро 2-5;

- проведення заходів щодо організації науково-технологічного обміну між виробниками комерційних транспортних засобів України і країн Європи та США, зокрема щодо можливості придбання ліцензій на виготовлення копій ТЗ 1995-2005 р.в.;
- лібералізація умов діяльності для міжнародних лізингових компаній.

Список використаних джерел:

1. Зелена книга. Міжнародні вантажні автомобільні перевезення – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://cdn.regulation.gov.ua/dd/ea/a1/34/regulation.gov.ua_GREEN%20PARER%20&On%20International%20Freight%20Road%20Transport'.pdf
2. Пустовіт Ю. О. Автомобільні перевезення в міжнародній економічній діяльності [Текст] / Ю. О. Пустовіт // Економіка та держава. 2018. №9. С.91-94.
3. Міністерство економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=4470bafb-5243-4cb2-a573-5ba15d9c8107&title=MinekonomikiPoperedno>
4. Обсяги перевезених вантажів за видами транспорту. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/tr/opv/arh_opv_u.htm (дата звернення: 24.04.2022).
5. УЗ у 2022 році скоротила обсяги перевезення вантажів на 52,1% р./р. Офіційний сайт ГКМ Center. URL: <https://gmk.center/ua/news/uz-u-2022-roci-skorotila-obsyagi-perevezennya-vantazhiv-na-52-1-r-r/> (дата звернення: 24.04.2022).
6. Коссе І. Тренди української логістики на кінець жовтня 2022 року. URL: <https://agrotimes.ua/opinion/trendy-ukrayinskoyi-logistyky-na-kinecz-zhovtnya-2022-roku/> (дата звернення: 25.04.2022).
7. Інститут досліджень авторинку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eauto.org.ua/news/246-odin-z-naystarishih-segmentiv-avtorinku-yak-zminilis-prodazhi-vantazhivok-u-2022-roci> (дата звернення: 24.04.2022).
8. Інститут досліджень авторинку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eauto.org.ua/news/158-prodazhi-sidlovih-tyagachiv-b-yut-rekordi-top-20-novih-i-vzhivanih-fur>
9. Інститут досліджень авторинку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eauto.org.ua/news/325-prodazhi-sidlovih-tyagachiv-dali-zmenshuyutsya-pidsumki-kvitnya> (дата звернення: 04.05.2022)
10. Україна отримала додаткові квоти на міжнародні автоперевезення на 2023 рік. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/10/12/692525/> (дата звернення: 04.05.2022)

БЕЗПЕКА ЕКОНОМІЧНИХ АГЕНТІВ УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ: НОВІ ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

ОКСАНА ВІВЧАР¹, АРТУР ШАТАРСЬКИЙ¹, ІВАН ДОЛИННИЙ²

¹*Західноукраїнський національний університет, Україна*

²*Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна*

У сучасних умовах економічних процесів актуальність діджиталізації у системі забезпечення безпеки економічних агентів набуває неухильно зростає. Особливого актуалітету відповідна тематика набуває в умовах війни, коли ресурси підприємницьких структур можуть змінюватися у фокусі прикладних аспектів і більшою мірою спрямувати діяльність на проекти розвитку внутрішньої ефективності та забезпечення безпознавчої компоненти. На основі проведених досліджень встановлено, що діджитал-інструменти зміцнення безпеки економічних агентів створюють нові ризики та виклики, включаючи загрози кібербезпеки, полегшення незаконної економічної діяльності тощо.

Наукові дослідження вказують на той факт, що діджиталізація з позиції економічної детермінанти представляє формулювання дефініції даного поняття, що являє собою сукупність процесів інноваційного розвитку, які знаходять своє вираження у відповідних техніко-технологічних новаціях, зосереджених на здійсненні цифровізації ключових економічних процесів та явищ (тобто забезпеченні їх максимальної автоматизації та винесення людського фактору поза межі управлінського фокусу з метою зменшення, потреб у відслідковуванні керованості таких процесів та уникненні, створених цим фактором помилок), які за своїм змістовим наповненням зазвичай представляють певний набір повторюваних ітерацій, у межах якого кадровий потенціал набуває механічного, позбавленого інтелектуальної складової процесу, створюючи додатковий резерв зростання продуктивності праці.

Діджиталізація створює важливі переваги для підприємств в частині реалізації обраної стратегії, зміцнення їх економічної безпеки, досягнення прозорості ведення бізнесу. Беззаперечним є той факт, що активізація процесів діджиталізації чинить позитивний вплив на фінансово-економічні результати економічних агентів залучених до використання тих чи інших її інструментів та інноваційний потенціал держави загалом. Проте рівним за своєю важливістю до ефективності таких процесів є питання забезпечення безпекових аспектів функціонування як суб'єктів господарювання, так і державної інституційно-правової інфраструктури в умовах загострення проблем захисту інформації, кібертероризму, повної неконтрольованості окремих інформаційних зон глобальної мережі (та взаємодій, які чиняться в їх межах, у т.ч. кримінального характеру) і т.д. [3, с. 187].

Отож, сучасний стан справ свідчить про те, що це створює спектр викликів, пов'язаних із необхідністю ґрунтовного аналізу впливу процесів діджиталізації на можливості економічних агентів до підтримки достатнього рівня економічної безпеки. Варто додати, що така проблематика посилюється в контексті загальної

актуалізації питань безпечного функціонування економічних агентів в умовах нестабільності фінансово-економічних та кон'юнктурних умов і епоху постковідної економіки, а саме: яким чином ці проблемні контексти повинні знайти своє відображення у системі забезпечення безпеки економічних агентів.

Встановлено, що до ключових впливів діджиталізації у межах цього удосконалення кадрового потенціалу віднесемо такі: по-перше, виникнення електронних систем управління персоналом (E-HRM); по-друге, зміни кон'юнктури ринку праці в контексті інтелектуалізації вимог до працівників та посилення конкурентних взаємодій, як між працедавцями, так і серед найманих працівників; по-третє, посилення впливу профільних соціальних мереж та рекрутингових платформ; трансформація традиційних форм зайнятості у бік поєднання офлайн-зайнятості та віддаленої роботи; по-четверте, інтенсифікація інтелектуальної праці, зростання відповідних форм навантаження на працівників; по-п'яте, розширення можливостей до використання інтелектуального потенціалу організації; по-шосте, актуалізація проблематики захисту прав інтелектуальної власності.

Встановлено, що з практичної точки зору діджиталізацію необхідно розглядати як системний підхід до цифрової трансформації формування кадрового потенціалу та забезпечення процесу перетворення цифровізації. Доводиться, що фактори впливу на розвиток діджиталізації необхідно поділити на ті, що формуються під впливом макро- та індивідуальних чинників. До макрочинників віднесено: удосконалення законодавчо-нормативної бази з розбудови цифровізації; зміну в державній політиці щодо підтримки та розвитку окремих видів діяльності. Особливе значення у формуванні успішного тренду діджиталізації належить індивідуальним факторам, а саме: створенню нових цінностей, властивостей товарів; формуванню нових потреб та запитів споживачів (орієнтація на економію часу, пошук і придбання товарів за чіткими параметрами); появі новітніх цифрових технологій. Доведено, що сучасні виклики сьогодення з боку кадрового потенціалу в умовах діджиталізації формуються під впливом зміни складових охорони здоров'я населення, реформування освіти, стагнації науки, соціальної політики, значного впливу міграційних процесів. Визначено, що управління на засадах діджиталізації базується обов'язково на досконалому плануванні цифрової стратегії, оцінюванні доцільності реалізації практичних цифрових ініціатив, визначенні перспективних напрямів дій, вибору ефективної моделі діджиталізації, прогнозуванні очікуваного ефекту від діджиталізації, порівнянні інноваційних ініціатив [1, с. 57].

Так, з практичної точки зору доведено, що головними напрямками розвитку систем управління в умовах діджиталізації в контексті зміцнення безпеки економічних агентів мають стати: сприяння прискореному впровадженню інноваційних ініціатив, прогностичний моніторинг ринкового середовища, оцінювання чинників впливу на конкурентоспроможність компанії, розроблення дорожніх карт на основі галузевих пріоритетів та клієнтського досвіду. Разом із цим має відбуватися формування кадрового потенціалу, розвиток культури та компетенцій інформаційного обміну, модернізація ІТ-систем. Перелічені напрями стають необхідною умовою під час створення корпоративної цифрової

інфраструктури та стимулювання інноваційної привабливості компанії. Розвиток діджиталізації в контексті забезпечення безпеки економічних агентів потребує застосування досвіду зарубіжних країн, що орієнтуються на оптимізацію бізнесу та забезпечення якості товарів та послуг. Новітні ідеї, ініціативи та програми мають бути інтегровані в стратегію діяльності бізнесових структур та підвищувати інноваційну привабливість бізнесу [2, с.740].

Прорезюмувавши вище описане слід відзначити, що розгляд проблематики впливу процесів діджиталізації на забезпечення безпекових параметрів економічних агентів необхідно реалізовувати у напрямках – потенційні загрози, які продукуються активним розвитком цифрових технологій та в напрямі можливостей, створених ними водночас безпека економічних агентів може бути забезпечена лише за умови збалансування, означених аспектів, що знаходить свою практичну реалізацію у побудові ефективної динамічної системи інформаційного захисту підприємства (починаючи від питань віртуальної безпеки, закінчуючи іміджевими аспектами у сфері PR) разом із формуванням системи моніторингу ринку цифрових новацій на предмет потенційної ефективності та можливостей до їх імплементації у господарську практику підприємницьких структур.

Встановлено, що зростання цифрової економіки сприяє появі безлічі нових економічних можливостей. Цифрові дані можуть використовуватися з метою розвитку, а також для вирішення соціальних проблем. Таким чином, вони можуть сприяти поліпшенню економічних і соціальних показників, розвитку інновацій й підвищенню продуктивності. Цифрові платформи спрощують здійснення операцій, формування мереж зв'язків та обмін інформацією. З точки зору економічних агентів трансформація всіх сфер і ринків під впливом діджиталізації може сприяти підвищенню якості товарів та послуг при зниженні витрат. Крім того, діджиталізація трансформує ланцюжок створення вартості найрізноманітнішими способами, відкриваючи нові можливості для збільшення доданої вартості і ширших структурних змін на основі механізму забезпечення економічної безпеки. Отже, майбутні дослідження у цьому напрямі мають високу наукову цінність. Зважаючи на швидкий темп розвитку ІТ-технологій, моделі і методи проєктів діджиталізації в контексті забезпечення безпеки економічних агентів вимагають подальшого постійного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Вівчар О. І. Управління економічною безпекою підприємств: соціогуманітарні контексти: монографія. Тернопіль, ФОП Паляниця В. А., 2018. 515 с.
2. Гуренко А.В., Гашутіна О.Е. Напрями розвитку систем управління в умовах діджиталізації бізнесу в Україні. Економіка і суспільство. 2018. №. 19. С. 739–745.
3. Трушлякова, А. Б. Розвиток діджиталізації в Україні: фактори впливу, переваги та виклики сьогодення. Економічні горизонти. 2018. № 4(7). С. 186–191.

СТРАХОВА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

НАТАЛЯ ТАТАРИН, ОЛЬГА КУРАХ

Львівський національний університет ім. Івана Франка, Україна

Фінансова політика є елементом розвитку економіки країни. Умови воєнного стану можуть суттєво вплинути на фінансову політику, оскільки призводять до збільшення витрат держави на військові потреби, а також можуть викликати зміни в економічному середовищі.

Однією з головних задач фінансової політики в умовах воєнного стану є забезпечення фінансової стійкості держави. Для цього необхідно розробляти та впроваджувати додаткові стандарти фінансової стійкості, що дозволяють зберегти фінансову стійкість в умовах економічних перешкод.

Ще одним елементом фінансової політики є забезпечення ефективного функціонування банківської системи в умовах воєнного стану. Для цього необхідно забезпечити додатковий контроль за функціонуванням банків та фінансових установ.

Також в умовах воєнного стану виникає потреба в додаткових інвестиціях в національну економіку. Для забезпечення таких інвестицій необхідно здійснювати заходи з привабливості інвестиційного клімату та стимулювати розвиток вітчизняного бізнесу. Виключно з того, що в умовах воєнного стану може зрости ризик інфляції, що призводить до зниження купівельної ефективності громадян та підприємств. Для забезпечення стабільності в цій сфері необхідно здійснювати заходи з контролю за інфляцією та впроваджувати додаткові механізми боротьби з нею [1].

Умови воєнного стану вимагають від держави підвищеної уваги до забезпечення захисту населення та бізнесу від можливих ризиків та загроз. У зв'язку з цим страхова політика стає особливою умовою фінансової стабільності та захисту громадян у воєнний період.

Одним зі способів забезпечення страхового захисту в умовах воєнного стану є розробка та впровадження спеціальних страхових продуктів. До таких продуктів можна віднести страхування від можливих наслідків війни, страхування від терористичних діянь, страхування від наслідків небезпечних природних явищ та інших ризиків, які можуть виникнути в умовах воєнного стану [2].

Уряд України може проводити заходи для стимулювання розвитку страхового ринку в умовах воєнного стану. Одним зі способів є забезпечення фінансової підтримки страхових компаній, які надають страхові послуги в зоні воєнних дій. Ці заходи можуть допомогти підвищити доступ до страхового ринку та підвищити якість страхових послуг для населення [3].

Отже, страхова політика України в умовах військового стану має велике значення для фінансової стабільності держави та захисту населення та бізнесу від можливих ризиків та загроз. Розробка та впровадження спеціальних страхових продуктів, забезпечення фінансової підтримки страхових компаній та ефективний

контроль за їх діяльністю є комерційними складовими страхової політики в умовах військового стану.

Уряд України зобов'язаний приділяти достатню увагу розвитку страхового ринку та забезпеченню доступності страхових послуг для населення в умовах військового стану. Крім того, важливою складовою страховою політикою є підвищення рівня свідомості населення про потребу страхового захисту в умовах військового стану та забезпечення ефективного співробітництва між страховими компаніями та урядом[4].

Список використаних джерел

1. Міністерство освіти і науки України Національний університет «Києво-Могилянська академія»:

<https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/609edbf0-63ac-43cb-909e-618917c232c6/content> .

2. Данильчук С. П. Формування та розвиток страхового ринку України / С. П. Данильчук. – 2017. – С. 124.

3. Страхування бізнесу під час війни: <https://buduysvoe.com/publications/strahuvannya-biznesu-pid-chas-viyny-yak-pracyuye>

4. Страхування під час війни: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/04/14/685760/> .

СЕКЦІЯ 2. СТАЛИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ

УДК: 338.658

ЕФЕКТИВНІ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНІ ЗМІНИ НА ПІДПРИЄМСТВІ: АКТУАЛЬНІ ЗДОБУТКИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ ТА ПОВЕДІНКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

ВІКТОРІЯ КОМПАНІЄЦЬ¹, ОЛЕНА ДИКАНЬ², ОЛЕКСАНДР БЕЛА²

¹ХГУ НУА, Україна

²УкрДУЗТ, Україна

Сталий розвиток будь-якого підприємства в період невизначеності та швидких трансформацій соціально-економічних систем неможливий без ефективних та соціально відповідальних змін. Це такі зміни, які будуть давати можливість не тільки економічно ефективною, а й соціально відповідальною діяльністю, і крім того будуть здійснюватись відповідально, з урахуванням інтересів стейкхолдерів. Але здійснити такі зміни складно.

Для того, щоб уникнути помилок та досягнути висунутих цілей сучасний керівник повинен мати знання не тільки в галузі менеджменту, організаційної психології, але й користатись здобутками нового синтетичного напрямку – поведінкових досліджень. І в цьому ми згодні з вченими, які аналізують практичне застосування поведінкових ідей в організаціях [1]. Зосередимось на деяких актуальних дослідженнях в ракурсі здійснення відповідальних змін, які перед усім стосуються головної рушійної сили змін та, одночасно, внутрішніх стейкхолдерів змін – персоналу підприємств.

Однією із підсистем управління, що забезпечує зміни, є система мотивації, яка також пов'язана з організаційними процедурами. Але вона може бути нераціональною. Ще в 1995 році Стівен Керр [2] довів існування нераціональної системи мотивації, яка не корелює з реально встановленими цілями, а навіть протистоїть їм, та нераціональних, з точки зору економічної логіки та встановлених цілей, дій співробітників різних організацій. Нераціональність та нелогічність полягає в тому, що насправді винагороджуються не бажані типи поведінки, що відповідають проголошеним цілям, а протилежні їм.

Найбільш яскравим і поширеним прикладом спотвореної мотивації та відповідних організаційних дій є така, що викликає феномен «організаційної вивченої беспорядності», коли колектив підприємства не вірить в свої сили, звикає до невдач, не вірить в те, що зміни та інновації, які пропонуються знизу, взагалі спроможні на життя на даному підприємстві.

Цікаво те, що зміни та інновації можуть проголошуватись керівництвом, як бажані, але жорстка організаційна політика та структури, забюрократизованість (сили, дія яких встановлена менеджментом) у сукупності з дією психологічних факторів, таких як страх втрат, консерватизм, егоцентризм, недовіра, проектування нових подій виходячи лише з минулого досвіду, інші когнітивні упередження (що, доводять відповідні поведінкові дослідження), гальмують

процес і не дають можливість довести зміни та інновації до кінця, формуючи психологічну установку невдахи.

Негативні наслідки також завдає економічна установка на кількісне вимірювання всього, яка теж є свого роду когнітивним упередженням. Адже такі важливі в ефективних та соціально відповідальних змінах якості особистості як командоутворення, творчий потенціал, або позитивні чи негативні емоційні стани (радість, спокій чи страх, тривога, пригнічення), що може викликати стиль управління певного керівника, є не вимірюваними, але такими, що відчутно впливають на роботу, кінцевий результат.

Якщо в організації вже склалась атмосфера «вивченої безпорадності», скасувати її досить непросто. Крім звичайного аналізу середовища, що її викликало, можливо застосувати поведінковий підхід. Це може бути навчання менеджерів та працівників (напрямок навчання: когнітивні упередження, психологічні пастки та їх подолання, прийняття рішень з урахуванням балансу ризику та інновацій), моделювання поведінки працівників та її наслідків при застосуванні тих чи інших важелів мотивації тощо.

Іншими двома проблемами гальмування якісних соціально відповідальних змін є: відсутність якісного зворотнього зв'язку та нерозуміння важливості поступового руху та невеликих перемог.

В умовах глибинних трансформацій соціально-економічних систем, масштаб та складність змін, які необхідно здійснити можуть викликати тривогу, песимізм і бездіяльність. Одним з перших цей психологічний феномен обґрунтував К. Вейк зазначивши, що: «величезний масштаб, в якому виникають соціальні проблеми, перешкоджає новаторським діям, оскільки порушується обмежена раціональність і індукуються дисфункціональні рівні збудження» [3, с.40]. Вейк пов'язав це із законом Єркса-Додсона, згідно з яким більше збудження (стрес) призводить до кращої продуктивності до межі, коли стрес починає впливати на працівника негативно. Психолог запропонував рішення цієї проблеми, зазначаючи, що «переформулювання соціальних питань як простих проблем дозволяє використовувати стратегію малих перемог, в якій ряд конкретних, повних результатів помірної важливості створює модель, яка приваблює союзників і стримує супротивників. Стратегія малих перемог включає здорову психологію і чутлива до прагматики вироблення політики» [3, с.40].

І цю пропозицію Вейка можна застосовувати всередині компанії до тих, хто відповідає за здійснення змін за допомогою застосування поведінкових ідей.

Щодо якісного зворотнього зв'язку, існує кілька поведінкових бар'єрів, які можна подолати, якщо їх зрозуміти. Ці бар'єри носять як когнітивний, так і соціальний характер. Когнітивні бар'єри пов'язані з тим, що евристичні та інші недоліки нашої здатності сприймати, обробляти та згадувати інформацію обмежують точність наших оцінок при оцінці результатів інших. До таких бар'єрів відносять, зокрема: «ефект ореолу», «упередженість підтвердження», «упередженість до сьогодення», «ефект новизни» тощо. Ці та інші когнітивні спотворення роблять нашу оцінку суб'єктивною за своєю природою, а, отже неточною, можливо, помилковою.

Щоб подолати ці бар'єри та підвищити точність оцінки ефективності можливо застосувати як когнітивний пошук, так і певний електронний моніторинг продуктивності персоналу, де це можливо та етично припустимо.

Інша частина проблеми - це передача зворотного зв'язку персоналу. Щоб бути максимально корисним, зворотній зв'язок повинен бути частим, конструктивним, конкретним та поведінковим за своїм характером, допомагаючи персоналу точно бачити, які види діяльності слід припинити, продовжити чи збільшити. Але організація такого зв'язку теж обтяжена дією психологічних факторів, певними когнітивними спотвореннями.

І, наприкінці, ще раз хотілося б повернутись до проблеми мотивації. Поведінкові експерименти, що були проведені психологами Д.Аріелі та А.Грантом, підтвердили відомі в менеджменті висновки досліджень Р.Хекмана, Г. Олдхемма, щодо основних характеристик праці, які впливають на глибинну мотивацію персоналу, а отже й на результати праці [4].

Цими п'ятьма основними характеристиками роботи є: різноманітність навичок або кількість різних здібностей або навичок, необхідних для виконання роботи (за Д.Аріелі та А.Грантом це відповідає складності завдань); ідентичність завдання, яка є ступенем, до якого робота вимагає виконання всієї функції, а не лише вузької частини більшого цілого (бачення кінцевого результату); значення завдання, тобто ступінь, до якої робота впливає на інших людей поза організацією (соціальна значущість завдань); автономія або свобода вибору, як планувати та виконувати роботу; зворотний зв'язок (усвідомлення цінності праці).

Висока внутрішня трудова мотивація, ефективна робота стануть можливими, якщо працівники відчуватимуть три критичних психологічних стани: осмисленість роботи; відповідальність за результати роботи; знання реальних результатів трудової діяльності [5].

Відповідно до висновків Аріелі та Гранта, очікується, що проектування або переробка роботи з урахуванням цих п'яти основних характеристик роботи та досягнення трьох критичних психологічних станів робітників підвищить мотивацію та продуктивність праці за умови, що людина, яка виконує роботу, має досить високий рівень «потреби у зростанні». Ці висновки вчених можливо використовувати з метою здійснення економічно ефективних та соціально відповідальних змін на підприємстві (як для діагностування бар'єрів покращення праці в організації, так і розробки етичної тактики підштовхування).

Отже, поєднання, підтверджених поведінковими дослідженнями, ідей менеджменту у сукупності із застосуванням інструментарію відповідних напрямів можуть допомогти уникнути помилок та здійснювати ефективні та соціально відповідальні зміни на сучасних підприємствах.

Список використаних джерел

1. OECD (2020), Behavioural Insights and Organisations: Fostering Safety Culture, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/e6ef217d-en>. (accessed on 5 April 2023).

2. Kerr, S. (1995), "On the folly of rewarding A, while hoping for B", The Academy of Management Executive, Vol. 9, <https://www.ou.edu/russell/UGcomp/Kerr.pdf> (accessed on 5 April 2023).

3. Weick, K. (1984), "Small wins: Redefining the scale of social problems", *American Psychologist*, Vol. 39/1, pp. 40-49, <https://doi.org/10.1037/0003-066X.39.1.40> (accessed on 5 April 2023).

4. Gross, J. (2015), What motivates us at work? More than money, TED, <https://ideas.ted.com/what-motivates-us-at-work-7-fascinating-studies-that-give-insights/> (accessed on 8 April 2023).

5. Hackman, R. and G. Oldham (1976), "Motivation through the Design of Work: Test of a Theory", *Organisational Behavior and Human Performance*, Vol. 16, pp. 250-279, http://web.mit.edu/curhan/www/docs/Articles/15341_Readings/Group_Performance/Hackman_et_al_1976_Motivation_thru_the_design_of_work.pdf (accessed on 8 April 2023).

УДК 658.51

УПРАВЛІННЯ СТІЙКІСТЮ: ПЕРСОНАЛ І БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ

А. ЛІНКЕВИЧ, ВІКТОР ЗАМЛИНСЬКИЙ

Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку, Україна

У міру впровадження сталого розвитку суспільство стає більш усвідомленим і чутливим до нього. Тому підприємства повинні розробити відповідну управлінську політику, яка не тільки покращить їх сталу поведінку, але й допоможе завдяки цьому підвищити конкурентоспроможність. Особливої актуальності набувають дослідження переваг організованих систем участі працівників у тандемі стійкості та конкурентоспроможності. Основна мета полягає в тому, щоб запропонувати та застосувати на практиці методологію спільного розвитку стійкості та конкурентоспроможності з використанням таких систем. Потрібна практична дорожня карта для підвищення стійкості та конкурентоспроможності шляхом впровадження структурованих систем участі працівників, демонстрації перспектив як у дослідницькій, так і в бізнес-сфері. Підприємство має навчитися долати ризики та керувати ними: облік сталого розвитку в оцінках бізнес-ризиків та аналіз можливостей, вивчення портфеля компаній, управління ланцюжками поставок, оцінка стратегій та бізнес-моделей з метою виявлення загроз та можливостей, співпраця з консультативними компаніями є складовими стратегічного управління сучасної компанії [1].

Управління бізнес-процесами (BPM) є одним із найважливіших компонентів будь-якої бізнес-стратегії. За даними Gartner [2], BPM може підвищити успіх проекту на 70%. Це допомагає вам досягти конкурентної переваги, приймаючи правильні рішення у потрібний час, знижуючи витрати та збільшуючи дохід. Крім того, BPM – це стратегічний підхід, що охоплює всі аспекти процесів вашої організації, від планування та проектування до виконання та реалізації. BPM – це стратегія, яка допомагає організаціям покращити свої бізнес-процеси. BPM використовується для підвищення ефективності та результативності, зниження витрат, управління ризиками та зведення до мінімуму втрат за рахунок систематичного покращення бізнес-процесів. Він включає аналіз, проектування,

впровадження та управління бізнес-процесами в організації. BPM також можна назвати інжиніринг бізнес-процесів (BPE).

BPE прагне привести ваших людей у відповідність до організаційних цілей за допомогою чітко визначених ролей у системі з підтримкою ІТ, яка підтримує дії з постійного вдосконалення, такі як розробка нових продуктів або надання обслуговування клієнтів. Управління бізнес-процесами (BPM) – це спосіб структурування вашого бізнес-діяльності, щоб ви могли досягти своєї мети, підвищити продуктивність і підвищити цінність своєї організації. BPM допомагає знизити витрати за рахунок скорочення обсягу ручної роботи, автоматизації повторюваних завдань та зменшення кількості помилок. BPM може допомогти підвищити задоволеність клієнтів, полегшуючи їм взаємодію, допомагає мінімізувати ризики, надаючи основу для тестування нових процесів перед впровадженням. BPM спрямований на підвищення якості комунікацій програмного забезпечення і завдань персоналу. Інтелектуальне програмне забезпечення для управління бізнес-процесами продовжує займати чільне місце у сфері автоматизації як кращий інструмент для нових бізнес-додатків, безперервного поліпшення змін у галузі автоматизації, а також для бізнес - та цифрової трансформації. Розуміння відмінностей між інструментами та знаходження оптимального варіанту має вирішальне значення для одержання цінності для бізнесу. BPM розвивається завдяки новим технологіям та потребам бізнесу. Звіти бізнес-аналітики щодо показників стійкого розвитку, продуктивності процесу, часу циклу або вартості одиниці продукції відображають рівень стратегічного розвитку.

Компанії та їх ланцюжки поставок повинні створювати та розвивати програми вдосконалення для підвищення рівня своєї конкурентоспроможності як необхідного кроку до виживання в середньостроковій та довгостроковій перспективі в середовищі, де ринки стають все більш глобальними, хаотичними та невизначеними. Складність середовища, в якому відбувається цей пошук конкурентоспроможності, впливає на ефективний рух матеріалів та інформації як всередині окремих бізнес-операцій, так і між підприємствами в ланцюжку постачання.

Крім того, потрібно постійно втримувати конкурентну перспективу, завдяки чому компетенцію керівництва потрібно розширювати, щоб охопити ширшу структуру сталого розвитку, включаючи розвиток його економічної, екологічної та соціальної складових, в результаті того, що організації, ринки та суспільство стають все більш чутливими до питань відповідальності та етики в бізнес-діяльності інвестиційних проектах. Однак реалізація принципу сталого розвитку потребує зміни менталітету та культурної трансформації в організаціях і ланцюгах постачання, що відобразиться на комунікаціях, стратегії та операціях, які поширюються на персонал, товари та процеси. Усе це свідчить про безперервний процес адаптації та навчання, який розширює межі корпоративного рівня та торкається кожного працівника окремо, як професійно, так і особисто.

«Розвиток, який задовольняє потреби сьогодення, не ставлячи під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої потреби» — ось сутність сталого розвитку. Екологічні, економічні та соціальні чинники розглядаються як потрібна

спіраль сталого розвитку. Згідно з цим, підприємства та ланцюги постачання мають доступ до комунікаційних альтернатив між екологічними, економічними та соціальними ініціативами. Вони не тільки сприятливо впливають на довкілля та суспільство, але й мають економічні переваги, що дає їм конкурентну перевагу. Тому слід поєднати три стовпи сталого розвитку, не ігноруючи жоден з них. Впровадження сталого розвитку вимагає дій у багатьох департаментах і підрозділах компаній і організацій, що спричинить наслідки як на стратегічному, так і на операційному рівнях.

Залучення робочої сили створює синергію в усіх сферах стійкості (не лише у внутрішній соціальній складовій), включаючи зовнішню соціальну складову, екологічну складову та, звичайно, економічну складову. Отже, коли береться до уваги усунення «відходів» у процесах уздовж ланцюга поставок («постійне вдосконалення»), це також означає, наприклад, зменшення споживання сировини, енергії або води, а також менше відходів і забруднення, що, безсумнівно, позитивно впливає як на довкілля, так і на економіку. Отже, мотивація та професійна діяльність залежать один від одного. Дійсно, ця мотивація також може вплинути на прихильність і лояльність працівників до компанії, наприклад, підвищуючи їхню гордість за роботу в стабільних організаціях, а також на можливості компанії.

Навіть якщо існує чіткий зв'язок між залученістю співробітників і стійкістю з точки зору підвищення конкурентоспроможності, жодна тема насправді не висвітлюється в поточних дослідженнях або у відповідних конвенціях, рекомендаціях чи довідниках. Сучасні підприємства та ланцюги поставок повинні впроваджувати зміни, щоб покращити стійку поведінку своїх операцій не лише з міркувань корпоративної етики, а й тому, що це є обов'язковим для довгострокового конкурентного виживання.

Менеджмент стійкого розвитку повинен містити аналіз управління людськими ресурсами, орієнтований на аудит робочого навантаження, мотивації співробітників, компетентності персоналу, їх знань та досвіду. Потрібно якісно адмініструвати бізнес процеси, у яких існує репутаційна культура, засновану на стратегічних даних і соціальних очікувань, а існуючі процедури супроводжувати коучінгом з метою покращення сталого розвитку. Наявність надійної і стійкої стратегії, що базується на даних, змушує організації приділяти більше уваги розвитку здібностей до навчання, що сприяє збільшенню якості змін. Менеджери повинні просувати екологічні стратегії людських ресурсів та важливість стійкої культури, що базується на позитивній динаміці відповідних статистичних та звітних даних організацій.

Список використаних джерел

1. Станіславик О., Замлинський В. (2023). Сталість розвитку підприємства в стратегічному управлінні. *Modeling the development of the economic systems*, (1), 37–44. <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-7-5>
2. Офіційний сайт дослідницької консалтингової компанії у сфері інформаційних технологій Gartner: [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.gartner.com/en>
2. Victor Zamlinskyi; Iryna Kryukova; Olga Zamlynska; Nataliia Skrypnyk; Nadiia Reznik; Camara Balla Moussa *Coaching as a Tool for Adaptive Personnel*

Management of Modern Companies 2022, Book chapter.DOI: 10.1007/978-3-031-08954-1_26

3. Zamlynskyi, V., Camara, B., & Vidal Aguinaldo de Lucas. (2021).Socio-economic tools of enterprise development in the conditions of innovative changes. InterConf,(90), 41-56. <https://doi.org/10.51582/interconf.7-8.12.2021.003>

4. Zamlynskyi, V., A.M.A.S. Al Ali, B. M. Camara (2022) Corporate culture of teamwork based on ESG. Sustainable Transport System and Maritime Logistics ISTSML Proceedings of the VI International Scientific Conference. Batumi, Georgia. 188 P. June 24, 2022. P.18-23 https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/5641/Proceedings_A5_ISTSML_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=18

5. Yevdokimova, M.; Zamlynskyi, V.; Minakova, S.; Biriuk, O.; Ilina, O. 2019. Evolution of corporate social responsibility applied to the concept of sustainable development, Journal of Security and Sustainability Issues 8(3), 2019. P.473-480. [https://doi.org/10.9770/jssi.2019.8.3\(14\)](https://doi.org/10.9770/jssi.2019.8.3(14))

УДК: 338.24

СТАЛИЙ РОЗВИТОК БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЇ: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ, КРИТЕРІЇ, ПРИНЦИПИ ТА ПРОБЛЕМИ

НАТАЛІЯ РЯБЕЦЬ

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
Україна*

Останнім часом в умовах наростання кризових явищ та геополітичної напруги, що мають місце на сучасному етапі розвитку глобальної економічної системи, питання, які асоціюються із проблематикою стійкого розвитку все більше актуалізуються, як на наднаціональному, так і національному рівнях. Аналіз наявних досліджень, фокус яких становить стійкий розвиток, свідчить про розширення дослідницького поля даного феномену, за рахунок включення до нього аспектів стійкого розвитку мікроекономічного рівня – проблеми забезпечення стійкого розвитку бізнесових структур. Наслідком цього є формування концепцій сталого розвитку компаній, широке використання релевантних понять.

Звертає на себе увагу той факт, концептуальні засади сталого розвитку поряд із відповідною їй термінологією достатньо швидко інтегрувалися і діяльність організацій, в тому числі й вітчизняних. Базові принципи та ідеї стійкого функціонування та розвитку знайшли своє відображення у стратегіях компаній та відносно послідовно реалізуються ними у їхній практичній діяльності, про що, зокрема, свідчить структура не фінансової звітності міжнародних та українських бізнес-структур: питома вага звітів компаній в сфері сталого розвитку демонструє стійку тенденцію до зростання.

Стосовно природи поняття стійкий розвиток, то варто зазначити, що серед дослідників даного явища досі не сформовано єдиної точки зору та

концептуалізації даного явища. Так экс-директор Інституту політичних та соціальних досліджень, професор Університету (штат Нью-Гемпшир), а також один із найбільш авторитетних дослідників даної проблематики, Д. Медоуз вважає, що у загальному випадку «сталий розвиток» доцільно інтерпретувати як стратегію перехідного періоду до такого стану природи та соціуму, яке можна охарактеризувати за допомогою таких термінів, як «коеволюція» або ж «епоха ноосфери» [1, с. 6]. Сталий розвиток бізнесової організації (sustainable development of business organization) як поняття вперше було запропоноване у роботах Р. Штойрера, Дж. Елкінгтона та М. Епштейна, який розглядав її в тісному взаємозв'язку із корпоративною стійкістю, яка фактично є наслідком сталого розвитку бізнес-організації [2]. Діяльність суб'єктів бізнесу у сфері сталого розвитку асоціюється із їхнім внеском у глобальний сталий розвиток. Така модель поведінки може сприяти досягненню корпоративної стійкості (і, як результат, конкурентоздатності). Якщо зацікавлені особи схвалюють дії компанії в напрямку досягнення глобального сталого розвитку (дані щодо дій орієнтованих на сталий розвиток надають широкому загалу у вигляді щорічних звітів), то бізнес може розглядатись в якості потенційно стійкого та конкурентоздатного на ринку (за рахунок лояльності з боку такої групи стейкхолдерів, як споживачі).

На наш погляд, сталий розвиток бізнесу можна представити як нову стратегічну орієнтацію та філософію менеджменту, що є інтегрованою в усі, без виключення, сфери та аспекти діяльності компанії. Для неї є властивим розширення зони відповідальності бізнесової структури в соціальній, економічній та екологічній сферах, переосмислення власної ролі та значення в соціумі, усвідомлення впливу глобальних викликів на її власну конкурентоздатність та потенціал щодо виживання, а також підтримка належної динаміки та рівня зростання показників та результатів її господарсько-економічної діяльності. Відповідно до нашого уявлення, під сталим розвитком бізнес-структури варто розуміти наступне: проактивну позицію щодо глобальних викликів та ризиків та на запит соціуму щодо сталого розвитку; нову парадигму менеджменту, що передбачає переосмислення соціально-економічної ролі бізнесу, високий рівень відповідальності компаній в економічній, соціальній та екологічній сферах, усвідомлення нагальної необхідності формування стратегії власного розвитку, адекватної вимогам соціально-спрямованій інноваційній економіці; стратегію, що сфокусовано на формування довготривалих конкурентних переваг компанії, якісне підвищення корпоративної стійкості та сприяння сталому розвитку соціуму; діяльність (відповідно до принципів сталого розвитку) підприємницької структури, що зорієнтована на відтворення власного економічного, інтелектуального, людського та соціального капіталів, що мають стійкий характер; форму прояву соціальної відповідальності бізнесу.

Аналіз концептуальних засад сталого розвитку бізнесу дозволяє виокремити принципи такої моделі функціонування компанії, реалізація яких може розглядатися в якості важливого критерію сталого розвитку компанії, зокрема: збалансованість, системність, інтегрованість та відповідність цілей, керованість та комунікативність. Щодо критеріїв, відповідно до яких, розвиток бізнес-структури можна визначити як сталий, то варто зазначити наступні: конкурентоздатність,

нівелювання або ж зниження як фінансових, так і не фінансових ризиків, гнучкість та адаптивність (відповідність мінливим соціальним цінностям), відкритість (партнерські відносини зі стейкхолдерами) та прозорість бізнес-організації на рівні двохсторонньої комунікації, відповідальність за всі стадії життєвого циклу основного виду діяльності, орієнтація на довго терміновість («довгострокове розуміння часу, економічна (фінансова) стійкість (беззбитковість: збереження платоспроможності та кредитоспроможності) соціальна стійкість (лояльність з боку стейкхолдерів компанії), екологічна стійкість (допустимий вплив з боку організації на навколишнє середовище), внесок компанії у сталий розвиток соціуму. Соціальна відповідальність бізнесу слугує запорукою його сталого розвитку.

В той же час наразі є певні перепони та проблеми переходу компаній, зокрема й вітчизняних, до моделі сталого розвитку. Зокрема, як свідчить аналіз, наявним є феномен «інформаційної мімікрії», що також є актуальною проблемою як соціальної відповідальності, так і в подальшому сталого розвитку компанії. Оскільки за сучасного високого рівня розвиненості телекомунікацій у представників бізнесу, зокрема й серед українських, виникає стимул створення лише видимості власної соціальної відповідальності або ж свого роду підміни соціальної відповідальності несистемною благодійністю, що супроводжується відповідним супроводом та відображенням в різного роду медіа. Бізнесу, зокрема вітчизняному, в сучасних умовах відкритості, слід нівелювати практику використання сталого розвитку як свого роду «інформаційної ширми», оскільки ризики в даній сфері суттєво переважають потенційні бенефіти. Таким чином за сучасних умов розвитку соціуму та ринку забезпечення сталого розвитку є одним із пріоритетів, що передбачає високу ефективність бізнес-діяльності, що зумовлене тим фактом, що саме стан сталості діяльності надає ряд переваг, зокрема якісне підвищення рівня організаційного управління та соціальної відповідальності, нові ринкові можливості та покращення інвестиційної привабливості, інноваційність у виробничих процесах та в менеджменті, мінімізація ризиків та зменшення витрат, а також генерування сприятливих умов для життєдіяльності та розвитку майбутніх поколінь за рахунок раціонального розподілу і використання ресурсів.

Список використаних джерел

1. Nicholls, A. *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*. — New York: Oxford University Press, 2018. — 504 p.
2. Epstein, M. J., Roy, M.-J. Making the business case for sustainability. linking social and environmental actions to financial performance / M. J. Epstein, M.-J. Roy // *Journal of Corporate Citizenship*. — 2003. — Vol. 9. — P. 79–96.

ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

АЛІНА БРИЧКО

Сумський національний аграрний університет, Україна

На сучасному етапі економічного розвитку Україна дотримується напряму розширення співпраці у світовому співтоваристві. Вступ України до цих міжнародних організацій створює кілька викликів для української мікроекономіки. Перш за все, є кілька загроз, які можуть мати негативні наслідки через неправильно виконану або неповну дію. Особливо, якщо українська продукція зможе ефективно конкурувати з іноземною, якщо трудові колективи українських компаній будуть готові працювати в умовах жорсткої конкуренції, якщо відкриття українських кордонів для імпортової продукції не зашкодить розвитку діяльності українських товаровиробників. Тому, окрім удосконалення технології у виробничому процесі, підприємства повинні приділяти пильну увагу мотивації працівників до більш продуктивної праці та шукати нові можливості для підвищення їхньої кваліфікації у вирішенні виробничих завдань. Одним із ефективних шляхів посилення мотиваційної сторони командної роботи є творчий розвиток культури підприємства.

Організаційна культура відіграє важливу роль у підвищенні ефективності підприємства, створенні високої конкурентоспроможності та розвитку соціальних і робочих відносин. Суть цього зростання полягає в тому, що культура підприємства охоплює значну частину соціальної та виробничої діяльності колективу.

Соціальний розвиток вимагає постійних інновацій. Корпоративна культура є потужним чинником створення креативності, сприяє якісним змінам у свідомості та поведінці людей, сприяє зміні характеру взаємодії керівників і співробітників у підприємства, організаційної структури цінностей і принципів. Організаційна культура за своєю суттю є соціальною інновацією, оскільки сприяє здійсненню соціальних змін відповідно до потреб творчого розвитку підприємства та створює певну мотивацію для співробітників до ефективної реалізації запланованих змін. Якщо підприємство має чітко розроблену інноваційну стратегію і послідовно її дотримується, менеджери можуть скоригувати ситуацію так, щоб у вигравші було більшість співробітників.

Тому найважливішим допоміжним чинником, що впливає на окремих працівників та їх неформальні групи, є корпоративна культура. Організаційна культура інноваційної організації спрямовує працівників на швидке впровадження змін, а інженерів і техніків – надавати зворотній зв'язок. Одним із творчих процесів у корпоративній культурі українських підприємств, який повноцінно вплине на процес повноцінного входження України в європейську економічну систему, є розвиток ділової етики.

Дотримання етичних стандартів на рівні суспільства дозволить якнайкраще реалізувати концепцію корпоративної соціальної відповідальності та інші аспекти, що забезпечують процес сталого розвитку. Кардинальна реформа українського менталітету вимагає індивідуальної відповідальності, підзвітності та ініціативи у власних діях. Краще творчо інтегрувати зарубіжний досвід, враховуючи ідеї вітчизняного економічного мислення, численні тенденції розвитку минулого, теоретичні результати та практичні ідеї економіки радянської доби, історичні особливості української ділової та товариської культури, автентичність та унікальність.

Зміни в Україні в цей період свідчать про значну зміну суспільної свідомості та економічного мислення українського народу, який формує економічну поведінку шляхом безпосереднього засвоєння знань через економічну психологію. Водночас слід підкреслити, що стан економічної глобалізації зумовлює творчу реалізацію національних стандартів корпоративної культури в українській економіці у зв'язку з постійним зниженням бар'єрів міжнародних економічних відносин. Їх сучасні організаційні форми: від приватної організації технологічних мереж виробництва та збуту на міжнародних ринках до міжнародних компаній. Створення креативної корпоративної культури – тривалий і складний процес. Його найважливіший крок має визначити місію підприємства та визначити розвиток найважливіших цінностей. Виходячи з цього, повинні формуватися стандарти, традиції та принципи поведінки працівників.

Основною запорукою стабільності систем креативного розвитку корпоративної культури, соціальних відносин зі співробітниками та ефективного розвитку підприємства в цілому є продумана та спрямована стратегія з точки зору розвитку підприємства, його значення, де бізнес-цілі тісно пов'язані з важливими інтересами співробітників, клієнтів і суспільства в цілому. Тому концепція соціального напряму розвитку має бути відображена у філософії, місії та загальній стратегії окремого підприємства.

Останні зміни в бізнес-середовищі показують необхідність створення не тільки сильної корпоративної культури, але й культури, яка є гнучкою та здатною адаптуватися до зовнішніх умов за короткий час. Сильна корпоративна культура може бути не тільки основою для збереження корпоративної команди у важкі часи, але й для досягнення унікальної конкурентної переваги. Для ефективного розвитку національної економіки в майбутньому важливим є розвиток зрілої корпоративної культури в бізнесі.

УДК 65.011:658.3

СТРАТЕГІЧНИЙ УПРАВЛІНСЬКИЙ КОНТРОЛЬ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

ДЕНИС ІЛЬІН, ВІКТОР ЗАМЛИНСЬКИЙ

Державний університет інтелектуальних технологій і зв'язку, Україна

Управлінський контроль визначається як структурний збір знань, інформації та оцінки діяльності компанії, її стратегії, планів розвитку та поточної політики функціонування на ринку. Формування нефінансової звітності та контроль за показниками стійкості компанії допоможе відкрити важливу інформацію для інвесторів, підвищить рівень прозорості підприємств та слугуватиме додатковим джерелом формування позитивної репутації у світовій економічній системі [1]. Здійснення процедури проведення управлінського контролю зумовлюють такі основні причини: необхідність досягнення поточних, середньострокових та стратегічних цілей підприємства; виявлення та оцінка слабких місць в управлінській діяльності компанії, виявлення помилок, своєчасне їх усунення, необхідність фіксувати свої помилки; необхідність оптимізації або реорганізації існуючої системи управління підприємством або її окремих підсистем. Діагностика поточного стану дозволяє виявити проблемні «зони» у механізмі управління та обґрунтувати найбільш оптимальні варіанти і способи вирішення проблем; необхідність об'єктивної зовнішньої і внутрішньої оцінки рівня ефективності системи управління, яка потрібна для прийняття виважених оперативних та стратегічних управлінських рішень; зміна керівництва або власників компанії, здійснення процедури інвентаризації всіх аспектів господарської діяльності, аналіз існуючих технологій прийняття і реалізації управлінських рішень; необхідність оцінки наявності ресурсів та резервів підвищення результативності функціонування підприємства; зниження результативності функціонування підприємства, нестача ресурсів, ріст витрат та скорочення доходів; придбання компанії як цілісного об'єкту купівлі–продажу на ринку готових бізнес–проектів, оцінка реальної вартості бізнесу з урахуванням матеріальних та нематеріальних аспектів його функціонування; визначення пріоритетних напрямів впровадження сучасних ІТ–технологій, оцінка ступеня готовності підприємства до впровадження процесів автоматизації управління; оцінка результативності системи управління в порівнянні з основними конкурентами, аналіз сильних та слабких сторін, необхідність використання передового досвіду виробництва, маркетингу та управління на підприємстві з метою підвищення рівня конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках; постійні зміни в оточуючому середовищі з якими аграрні формування стикаються, вимагають відповідного реагування. Зміни вимагають коригування керівництва не тільки намічених планів, а навіть цілей організації; постійно зростаюча складність роботи підприємств, які займаються бізнесом, внаслідок росту їх розмірів і масштабів виробництва.

Об'єктами управлінського контролю виступають: ресурсний потенціал, основні процеси господарської діяльності (забезпечення, виробництво, реалізація), фінансово–економічні результати діяльності підприємства, організаційні форми і методи управління, функції і технології управління.

Суб'єктами (замовниками) управлінського контролю власники компанії, збори акціонерів, менеджери компанії, держава (в компаніях, де вона має контрольний пакет акцій), фінансово–кредитні установи. Функціональний зміст управлінського контролю полягає у взаємодії трьох основних елементів:

- а) встановлення контрольованих стандартів діяльності;

- б) аналіз результатів діяльності за допомогою контролю;
- в) коригування технологічних, господарських та інших процесів у відповідності до обґрунтованих висновків і прийнятих рішень.

Головна ціль контролю не виправлення помилок, а запобігання їм, що для організації буде значно дешевше. Без надійної системи контролю підприємство не може успішно функціонувати. Для того, щоб система управлінського контролю була ефективною, її необхідно періодично оцінювати. Головними критеріями такої оцінки мають бути:

- а) виконання завдань контролю контроль має чітко визначати відповідність чи невідповідність всіх аспектів управлінської діяльності поставленим планам та цілям;

- б) економічність контролю слід оцінити витрати, пов'язані із проведенням контрольних заходів, витрати на персонал, технологію і техніку контролю;

- в) ефект впливу на людей виявлення чи викликає система контролю у персоналу позитивну чи стресову реакцію.

Для цього необхідно: встановлювати чіткі стандарти контролю, які сприймаються персоналом; оговорювати із персоналом очікувані результати контролю; уникати надмірного контролю; стимулювати за досягнення планових результатів. Управлінський контроль може бути спрямований як на окремий вид діяльності в організації, так і на всю їх сукупність. Проведення фінансового контролю в умовах цифрової трансформації базується на цифрових технологіях, що дозволяють мінімізувати участь людини в цьому процесі. Процес цифрової трансформації починається з оцінки параметрів, які представляють цінність для компанії та відрізняються від ознак, властивих традиційної економіці.

На першій стадії оцінюється ефективність бізнес-процесів компанії за допомогою:

- аналізу бізнес-процесів;
- побудови процесних моделей;
- прийняття заходів по модернізації процесів;
- підготовки співробітників компанії до роботи в умовах цифрової трансформації.

На другій стадії проводиться побудова стратегії інформаційних технологій, а саме:

- визначення цілей, пріоритетів і завдань бізнесу;
- формулювання напрямів розвитку з позиції структури стратегії інформаційних технологій;
- проектування інфраструктури управління інформаційними технологіями;
- деталізація плану робіт.

управління, яке не несе відповідальності за невідповідність продуктів або послуг.

На сучасному етапі розвитку економіки інформаційні дані стають одним з основних активів, які при умови використання цифрових інтелектуальних технологій дають можливість компаніям забезпечувати стійкий розвиток бізнесу.

Цифровізація процесів діяльності дозволяє створювати і забезпечувати дієві способи проведення фінансового контролю, що підвищує ефективність управління.

Цифровізація і збудовані інформаційні системи повинні бути повністю інтегровані у діяльність компанії.

Для забезпечення раціонального управління фінансами компанії з позиції фінансового контролю необхідно, щоб проведена цифровізація охоплювала

- забезпечення транспарентності фінансового контролю;
- зменшення ризиків необґрунтованого притягнення компаній до відповідальності за порушення ESG принципів;

У процесі цифровізації економіки проведення фінансового контролю спрощується, оперативність, точність реагування суб'єкта контролю збільшуються, адміністративні витрати на здійснення контрольної діяльності знижуються.

Відбувається залучення працівників у процес цифрової трансформації, що забезпечує подальше успішне здійснення цифровізації в компанії.

Розробка варіантів і прийняття обґрунтованих управлінських рішень стосовно стійкої діяльності підприємства залежать від якості інформаційного забезпечення, швидкості надання, достовірності та повноти інформації. Задача менеджменту виявити особливості сегментів протидії змінам та відповідність вимогам облікової політики організації, для чого потрібно проводити безперервне спостереження за об'єктами. Процес цифрової трансформації компанії полягає у здійсненні робіт, які розбиті на стадії, наведені на рис. 1.



Рисунок 1 Стадії здійснення процесу цифрової трансформації компанії

На першій стадії оцінюється ефективність бізнес-процесів компанії за допомогою:

- аналізу бізнес-процесів;
- побудови процесний моделі;
- прийняття заходів по модернізації процесів;
- підготовки співробітників компанії до роботи в умовах цифрової трансформації.

На другій стадії проводиться побудова стратегії інформаційних технологій, що містить:

- визначення цілей, пріоритетів і завдань бізнесу;
- формулювання напрямів розвитку з позиції структури стратегії інформаційних технологій;
- проектування інфраструктури по управлінню інформаційними технологіями та деталізація плану робіт.

Стратегічна мета компанії полягає в збільшенні її конкурентоспроможності і підвищенні вартості бізнесу виходячи з частки її витрат на створення кожного підрозділу. Тактичною метою компанії є діагностика прибутку по результатам діяльності за конкретний період часу, що вимагає фінансового контролю, що проводиться під час перевірки фінансових операцій, а також в спостереженні за веденням управлінської діяльності для досягнення стратегічних цілей функціонування компанії. На сучасному етапі фінансовий контроль розглядається через призму розвитку цифрової економіки, що дозволяє вирішувати назрілі в ній проблеми, до яких відносяться невчасне реагування на порушення, які допускаються при проведенні фінансових операцій, відсутність прозорості процесу фінансового контролю. Від якості цифровізації фінансового контролю залежить ефективність управління в компанії за умови, що:

- результати фінансового контролю - вірні;
- фінансовий контроль дозволяє оцінити реальне становище об'єкта контролю.

Важливою конкурентною перевагою є розробка та впровадження штучного інтелекту та хмарних бізнес-стратегій і дій, які відповідають потребам підприємства та зацікавлених сторін сьогодні, одночасно захищаючи, зберігаючи та покращуючи людські та природні ресурси, які знадобляться майбутнім поколінням [2]. У процесі цифровізації фінансового контролю пошук проблем використання сучасних інформаційних технологій, повинен витримуватися превентивний принцип дії, що полягає в усунення слабкості в системі управління: планування, аналіз, фінансовий облік, контроль, логістика і маркетинг.

Список використаних джерел

1. Zamlynskyi V. Etal (2023) Corporate sustainability reporting and management of agricultural businesses in Ukraine IOP Conf.Ser.: Earth Environ.Sci.1126012002 DOI10.1088/1755-1315/1126/1/012002
2. Станіславик О., Замлинський В. (2023). Сталість розвитку підприємства в стратегічному управлінні. Modeling the development of the economic systems, (1), 37–44. <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-7-5>

УДК 658.155.2

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ: ЕФЕКТИВНІ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ БІЗНЕСУ

КАТЕРИНА ЛИСЕНКО-ГЕЛЕМБ'ЮК, ВАДИМ ТКАЧУК, НАЗАР ЧЕПІЛЬ

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
Україна*

Зростання конкуренції в глобальному економічному середовищі та нестабільність на ринках і в політичних ситуаціях, може призвести до серйозних ризиків для бізнесу. Відповідно, ефективне управління ризиками стає дуже важливим завданням для будь-якого підприємства.

Події, пов'язані з пандемією COVID-19, підсилили необхідність управління ризиками в підприємстві, оскільки кризові ситуації можуть стати на шляху досягнення бізнес-цілей. Підприємства повинні знати, як ефективно управляти ризиками і адаптуватися до змін, щоб забезпечити стійкість бізнесу.

Профіль ризиків, із якими стикається світ, постійно змінюється. Такі події, як торішнє вторгнення в Україну, можуть схвилювати всю систему, радикально змінивши уявлення про найбільші ризики, з якими стикається людство. Також, слід пам'ятати, що ризики, з якими стикаються сучасні організації, стали складнішими через швидкий темп глобалізації. Постійно виникають нові ризики, часто пов'язані з використанням цифрових технологій. Будь-яка компанія потребує динамічного та гнучкого управління ризиками, щоб орієнтуватися в непередбачуваному майбутньому, у якому зміни відбуваються швидко [1].

Застосування ефективних стратегій управління ризиками дозволяє підприємствам підвищувати ефективність виробництва, зменшувати витрати, підвищувати якість продуктів та послуг, забезпечувати надійність поставок, підвищувати рівень безпеки, знижувати вплив негативних чинників на бізнес.

Слід відзначити, що навіть невеликі підприємства стикаються з проблемами виявлення, оцінки ризиків та «інтуїтивно» приймають рішення щодо подальшого врахування їх впливу на діяльність. Своєю чергою, ряд великих підприємств має добре відпрацьовану систему управління ризиками, яка органічно інтегрована в управління різними видами діяльності, стосується роботи всіх підрозділів. Однак коло останніх є достатньо невеликим через низку об'єктивних і суб'єктивних причин [2].

Одним із ефективних підходів до управління ризиками є розробка і впровадження системи управління ризиками в межах підприємства. Така система дозволяє оцінювати різноманітні ризики, ідентифікувати їх вплив на діяльність підприємства та розробляти стратегії для зменшення ризику. Також важливим елементом даної системи є моніторинг та оцінка ризиків на постійній основі, щоб забезпечити вчасне реагування на зміни в економічному та політичному середовищі.

В управління ризиками входить планування фінансових ресурсів та бюджетування. Правильне розподілення фінансових ресурсів дозволяє підприємству розробляти стратегії для попередження фінансових ризиків та забезпечення фінансової стабільності. Наприклад, підприємство може зменшити ризик розвитку нового продукту, розробивши та виконавши дослідження ринку і визначивши його потенціал.

Ефективні стратегії для забезпечення стійкості бізнесу можуть бути різними в залежності від конкретного підприємства. Однак, деякі загальні підходи можуть бути корисними для будь-якого бізнесу:

1. Розвиток різноманітності продуктів та послуг. Це може допомогти підприємству зменшити ризики, пов'язані зі змінами в ринкових умовах або зниженням попиту на конкретний продукт.

2. Розроблення резервних планів на випадок кризових ситуацій. Підприємство повинно мати плани на випадок збитків, таких як економічна криза, припинення постачання сировини, технічні проблеми та інші. Це дозволяє зменшити ризики та забезпечити стійкість бізнесу.

3. Побудова ефективної системи управління ризиками. Вона може включати в себе оцінку та аналіз ризиків, розробку та виконання стратегій для їх зменшення або управління, а також забезпечення достатнього резерву фінансових ресурсів для покриття негативних наслідків.

4. Розробка стратегії розвитку персоналу та збільшення рівня вмінь та компетенцій працівників. Це допомагає забезпечити стійкість бізнесу у разі змін в умовах ринку та забезпечити конкурентоспроможність підприємства.

5. Розробка ефективної стратегії маркетингу та реклами. Це дозволяє залучити нових клієнтів та збільшити прибуток підприємства, що може забезпечити фінансову стійкість та стійкість бізнесу в цілому.

Управління ризиками в підприємстві є важливим процесом, який допомагає забезпечити стійкість бізнесу. Важливо відзначити, що ефективно управління ризиками повинно бути постійним та систематичним процесом. Підприємства повинні завжди бути готові до змін в умовах ринку та швидко реагувати на кризові ситуації. Це дозволяє не тільки забезпечити стійкість бізнесу, але й зберегти конкурентоспроможність підприємства у довгостроковій перспективі.

Для забезпечення ефективного управління ризиками, підприємства повинні враховувати різноманітні фактори, які можуть вплинути на їхню діяльність, включаючи економічні, фінансові, політичні, соціальні та природні ризики. Підприємства мають розробляти стратегії, щоб зменшити ризики, які можуть виникнути в наслідок цих факторів.

Ефективна стратегія управління ризиками повинна бути вбудована у всі етапи бізнес-процесів та включати в себе систематичний аналіз ризиків, розробку та впровадження планів зменшення та управління ризиками, а також моніторинг та оновлення цих планів залежно від змін у зовнішньому середовищі. Для успішного управління ризиками необхідно також враховувати не лише потенційні загрози, але й можливості, які можуть допомогти бізнесу досягти більшої стійкості та росту. Також важливо враховувати культурні та етичні аспекти управління ризиками та взаємодії зі стейкхолдерами.

Також, ефективна стратегія управління ризиками повинна бути динамічною та гнучкою, здатною адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі та внутрішніх процесів підприємства. Важливо також забезпечити належну підготовку та освіту працівників з питань управління ризиками, а також підтримувати розвиток культури відкритості та відповідальності у бізнес-середовищі.

Отже, ефективне управління ризиками є ключовим елементом стабільної та успішної діяльності підприємства. Застосування різноманітних стратегій та

інструментів допоможе зменшити ризики та забезпечити стійкість бізнесу у складних умовах ринкової конкуренції та нестабільності економічного середовища.

Список використаних джерел

1. Філіппов В. Ю., Перевозна М. О., Понтус К. М. Заходи підвищення ефективності системи управління ризиками на підприємстві в умовах нестабільності. *Міжнародний науковий журнал «Грааль науки»*. 2023. № 26. С. 82–91.

2. Захарова Н. Ю. Управління ризиками на підприємстві: сутність, підходи та методи. *Бізнесінформ*. 2023. № 1. С. 203–209.

УДК 338.2

УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДОСЯГНЕННЯ ВИСОКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РЕЗУЛЬТАТУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

ОЛЕНА ВАРАКСІНА, АНАСТАСІЯ ОЛИВЕНКО, АЛЛА ЧЕРЕВКО

Полтавський державний аграрний університет, Україна

Діяльність будь якого господарюючого суб'єкта пов'язана з витратами, адже для створення свого продукту чи то у вигляді продукції, товарів, чи то надання послуг, мають бути затрачені ресурси організації: матеріальні, фінансові, трудові, інформаційні та інші, тому проблематика управління витратами займає особливе значення в менеджменті організації на всіх його рівнях.

Ми поділяємо думку науковця [7], який наголошує на тому, що: «ефективність діяльності залежить від процесу інтеграції традиційних методів обліку, аналізу, нормування, планування і контролю витрат в єдину систему отримання, обробки та узагальнення інформації про витрати і прийняття на її основі управлінських рішень. Усе це створює систему, яка управляє підприємством, зорієнтовану на досягнення не тільки оперативних (поточних) цілей у вигляді отримання прибутку того чи іншого розміру, але і на глобальні стратегічні цілі: розвиток підприємства, його екологічний нейтралітет, збереження робочих місць, тобто на соціальні фактори, і систему, в якій першочерговим є конкретне мислення керуючих справами, комплексне вирішення проблем на рівні галузі та національної економіки» [1, с. 133].

Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. зазначають, що метою управління витратами є зниження або оптимізація витрат на одиницю виробленої продукції, підвищення рентабельності господарських процесів, видів діяльності, мінімізація співвідношення «витрати-дохід», максимізація створюваної на підприємстві цінності, оптимізація структури витрат та рівня ризику господарської діяльності. [2, с. 60].

Найважливішими завданнями управління витратами є: підвищення ефективності діяльності господарюючого суб'єкта; визначення витрат за основними функціями управління; розрахунок витрати коштів за окремими

структурними підрозділами і господарству в цілому; розрахунок витрат на виробництво одиниці продукції – калькулювання собівартості продукції; визначення витрат за основними бізнес-функціями і виробничими підрозділами підприємства; виявлення резервів економії коштів на всіх етапах виробничого процесу і у всіх внутрішньогосподарських виробничих підрозділах; проведення аналізу витрат виробництва з метою прийняття управлінських рішень щодо удосконалення виробничих процесів, формування асортиментної та цінової політики, вибору варіантів інвестування, прогнозування обсягів виробництва і збуту продукції [5].

Слід відмітити, що в наукових розвідках питанню управління витратами приділяється значна увага, кут зору дослідників на дану проблематику є різновекторним, але їх погляди співпадають, зокрема, в тому, що організація досягне значних результатів, якщо вибудує ефективну систему управління витратами (рис. 1).

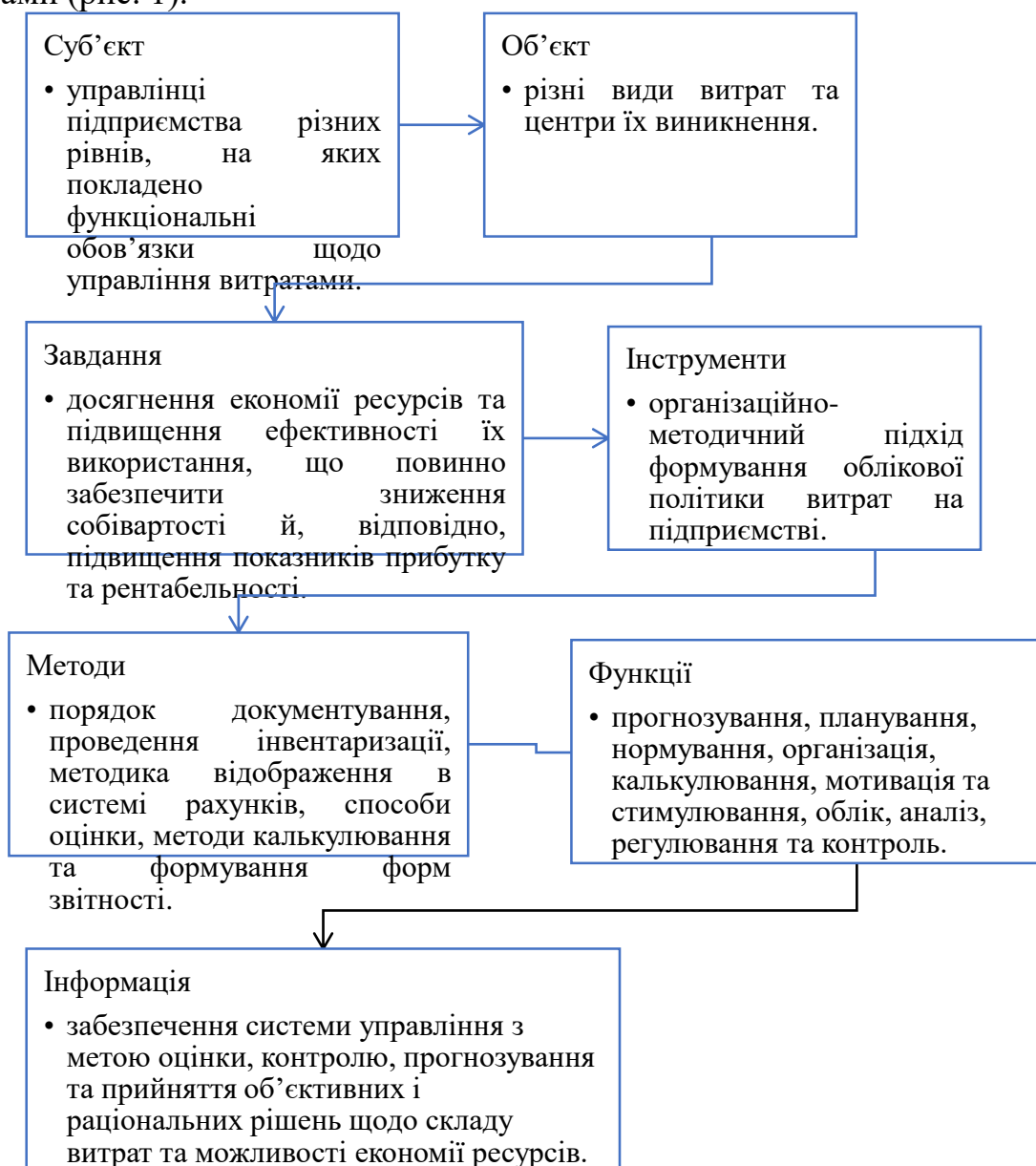


Рисунок 1 **Ключові елементи системи управління витратами**

Джерело: [4]

Як зауважує науковець [5]: «сьогодні, найбільш економічним підходом до побудови системи управління витратами вважається підхід, за якого виділяються типові управлінські завдання (контроль за виконанням бюджетів: реалізації, придбання сировини та матеріалів, витрат на оплату праці, адміністративних витрат, витрат на збут тощо) [5].

Таким чином, витрати – це важлива та складна економічна категорія, яка займає особливо вагоме місце в управлінні підприємством загалом. Це пояснюється тим, що витрати мають вирішальний вплив на фінансові результати функціонування підприємств, застосовуються для визначення цінової політики, показують рівень технології та організації виробництва, використовуються для оцінки ефективності господарювання шляхом порівняння витрат та результатів діяльності. Досягнення високих результатів роботи будь-якого підприємства припускає управління витратами на різних рівнях (від оперативного до стратегічного), із залученням великого числа учасників. Це пов'язано з тим, що управління витратами – це складний, багатоаспектний та динамічний процес, що включає управлінські дії, ціллю яких є досягнення високого економічного результату діяльності підприємства [6, с.101].

Отже, менеджмент витрат та побудова системи їх ефективного управління є першочерговим завданням кожного господарюючого суб'єкту, адже фундаментом діяльності підприємства є виробництво, в основі якого лежить використання наявних ресурсів, причому ефективно використання ресурсів підприємства, що передбачає ресурсозбереження, їх економію, максимальну віддачу, а це в свою чергу забезпечить стійкий розвиток підприємства.

Список використаних джерел

1. Панасюк В. М., Кирдель І. М. Аналітичний інструментарій управління витратами вітчизняних підприємств. *Облік, оподаткування і контроль: теорія та методологія*. Міжн. наук.-практ. інтер.-конф. Тернопіль. 23 грудня 2020. С. 133-135.
2. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г., Когут У. І. Управління витратами на підприємствах: навч. посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки. 2014. 244 с.
3. Череп А.В. Управління витратами суб'єктів господарювання. Ч.1: монографія. Харків: ВД «ІНЖЕК». 2006. 368 с.
4. Подолянчук О. А. Облік в системі управління витратами. *Ефективна економіка*. 2018. № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6461> (дата звернення: 19.04.2023).
5. Москаленко В. А. Управління витратами сільськогосподарських підприємств. *Економіка та суспільство*. 2018. № 19. URL: <http://economyandsociety.in.ua>. (дата звернення: 11.04.2023).
6. Фізлова Л.Д., Харченко В.О. Витрати підприємства, їх значення та вплив на ефективність роботи підприємства. Проблеми матеріальної культури. *Економічні науки*. 2012. С.100-105.

КОМУНІКАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У ЗБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

ІРИНА ГАЛЮК, ТАРАС ГАЛЮК, ОЛЬГА ГАЛЮК

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Сталий розвиток підприємства - це концепція розвитку, яка передбачає інтеграцію соціальних, економічних та екологічних аспектів у бізнес-стратегію підприємства. Головна ідея полягає в тому, щоб забезпечити потреби сучасного покоління, не погіршуючи можливостей майбутніх поколінь. Це означає, що підприємство має приймати рішення, які не тільки забезпечують його успіх у короткостроковому плані, але й покращують стан соціального благополуччя та природного середовища у довгостроковій перспективі.

Сталий розвиток підприємства можна досягти шляхом впровадження практик, що сприяють підвищенню ефективності використання ресурсів, зниженню відходів та викидів шкідливих речовин, а також підвищенню відповідальності перед співробітниками, споживачами, державою та громадськістю загалом. До таких практик можна віднести використання відновлюваних джерел енергії, управління відходами та водними ресурсами, зменшення відбуття, впровадження екологічної сертифікації, забезпечення безпеки та здоров'я співробітників, прозоре управління та звітність перед зацікавленими сторонами.

Сталий розвиток підприємства також передбачає здатність адаптуватися до змін у суспільному та природному середовищі та пристосовувати свою стратегію до нових умов.

Парадигма господарювання бізнес-структур на сучасному ринку демонструє важливість використання підходів сталого розвитку як ефективних шляхів забезпечення роботи стійкості підприємств. Стратегія сталого розвитку передбачає застосування бізнес-підходу на основі створення довгострокової вартості із урахуванням умов екологічного, соціального та економічного середовищ. Такий підхід сприяє довголіттю компанії на ринку.

За результатами досліджень, проведених аудиторсько-консалтинговою компанією BDO in Ukraine, 62% керівників вважають стратегію сталого розвитку необхідною для конкурентоспроможності вже сьогодні, а ще 22% вважають, що це станеться в недалекому майбутньому [1]. Такі результати демонструють позитивні тенденції розуміння важливості досягнення цілей сталого розвитку.

Розуміння векторів розвитку компанії її керівництвом в обов'язковому порядку має бути підтримане працівниками. Рівень підтримки співробітниками реалізації планів та стратегій залежить від рівня корпоративної культури та системи комунікацій, які сформовані у компанії. У періоди нестабільності роль комунікацій в компанії зростає в рази.

Зміна звичного формату життя відбулась в українському суспільстві протягом останніх років. Спочатку карантинні обмеження створили стресову ситуацію, в якій звичні комунікативні зв'язки були розірвані, а нові ще не встигли

сформувався. Утворився вакуум у процесах обміну інформацією. Життя завмерло в очікуванні змін на краще. Але зміни мали лише негативне забарвлення. Компанії змушені були шукати шляхи і способи налагодження роботи, нові способи комунікацій. Перехід роботи в онлайн простір призвів і до нових переваг – діджиталізація впевнено набирала оберти у завоюванні нових горизонтів.

Кожне підприємство напрацьовувало свій шлях у забезпеченні роботи в нових умовах. Хтось скоріше, а хтось пізніше, хтось впевненіше, а хтось боязкіше освоював нові принципи роботи, збирав свій досвід у підтриманні контактів та інформованості персоналу про поточні результати.

Війна кинула новий виклик, набагато потужніший. Релокація підприємств, робота в обмеженому режимі, внутрішня міграція та виїзд частини населення за кордон – все це значно ускладнило роботу для більшості компаній. Страх, паніка, розгубленість, відчай – такий емоційний супровід подій вимагав застосування нових підходів до комунікацій з працівниками.

Увнутрішніх комунікаціях підприємств має місце зміщення акцентів взаємодії. Воно проявляється в наступному:

- комунікації із працівниками мають регулярний характер, керівники намагаються бути постійно на зв'язку;

- подавати інформацію про стан справ на підприємстві слід максимально відкрито, не приховувати дані про проблеми, погіршення показників роботи чи можливі скорочення штату;

- у медіа полі підприємства слід теж бути активним, не можна допускати інформаційного вакууму. Це може негативно впливати на репутацію компанії;

- підприємство не може бути осторонь соціальних ініціатив. Долучення до спільних заходів дозволяє пришвидшити процес адаптації до нових умов роботи

- кожна криза несе нову можливість. Завданням підприємства є пошук цих можливостей – використання нових підходів до роботи, оптимізація витрат, формування більш довірливих відносин з працівниками тощо.

Сформувався новий досвід, відмінний від попереднього. Період війни триває, повоєнний час буде не менш складним для відновлення повноцінної роботи. Напрацьований досвід комунікацій потребує узагальнення, систематизації, визначення дієвих інструментів взаємодії, окреслення можливостей розвитку та удосконалення, адаптації до умов повоєнного часу з метою забезпечення цілей сталого розвитку у майбутньому.

Список використаних джерел

1. Сталий розвиток, як один із шляхів розвитку бізнесу на перспективу. URL: <https://www.bdo.ua/uk-ua/news-2/2020/sustainable-development-as-one-of-the-ways-of-business-development-for-the-future>

САМОМОТИВАЦІЯ ЯК ОДИН ІЗ ПОКАЗНИКІВ УСПІШНОСТІ МЕНЕДЖЕРА ОРГАНІЗАЦІЇ

ОЛЬГА ГНИЛЯНСЬКА, НІНА МАКУСІЙ

Львівський торговельно-економічний університет, Україна

Самомотивація особистості є важливою складовою частиною її успішного життя. У межах діяльності організації вона є актуальною як для менеджера, так і для підлеглого. Важливо чітко розуміти те, яким чином можливо себе мотивувати на досягнення успіху. Особливо актуальною самомотивація стає в період кризи, нестабільності в житті людини, організації, країни. Вона дає можливість досягати не лише тих цілей, які ставить перед індивідом зовнішнє середовище, але й тих, які ставить для власного розвитку, зміни власного життя сама людина. Самомотивація створює умови для руху вперед.

Менеджери, які працюють у невеликих корпораціях і компаніях, повинні мати навички управління людьми, щоб ефективно виконувати свою роботу. Більшість компаній використовують ієрархічну організаційну структуру, яка вимагає від менеджерів або керівників контролювати роботу інших. Отже, ці менеджери повинні контролювати і координувати роботу інших для виконання різних проектів. Навички менеджера з управління людьми можуть включати комунікацію, лідерство, делегування, мотивацію, навчання і навіть зворотній зв'язок. Однією з важливих навичок управління людьми є комунікація. Керівники невеликих компаній повинні знати, як ефективно спілкуватися з працівниками, щоб дати їм зрозуміти, чого вони очікують від них на роботі. Часто менеджери проводять індивідуальні або навіть групові зустрічі, щоб тримати працівників у курсі певних проектів або управлінських рішень. Менеджери також спілкуються зі своїми працівниками через електронну пошту та письмові звіти про стан справ. Крім того, керівники повинні вміти слухати працівників, оскільки деякі працівники можуть мати пропозиції щодо більш ефективного виконання завдань. Працівники також можуть мати особисті проблеми, і тоді менеджеру може знадобитися надати працівникові відгул, коли це необхідно. Керівник планує або затверджує заходи з адаптації нових працівників, щоб пристосувати їх до культури, цінностей, політик і стандартів компанії. Навчання особливо важливе для нових працівників. Менеджери навчають працівників безпосередньо, доручають досвідченим колегам навчати їх або координують навчання працівника за межами компанії. У будь-якому випадку, менеджер повинен розпізнати навички працівника і визначити, яке навчання йому потрібне для ефективного виконання своєї роботи.

Навички топ-менеджменту включають в себе правильне та стратегічне делегування. Менеджери зазвичай мають багато проектів, які потрібно завершити, і для цих проектів існують конкретні дедлайни. Оскільки менеджери в малих компаніях не можуть виконувати всю роботу самі, їм доводиться делегувати або призначати завдання іншим працівникам. Після цього менеджер вимагає від кожного працівника відповідальності за виконання завдань до дедлайну

проекту. Керівники повинні знати, кому саме делегувати конкретне завдання. Іншими словами, менеджери повинні призначати завдання працівникам, виходячи з їхніх здібностей та сильних сторін. Таким чином, менеджери можуть бути більш впевненими, що робота буде виконана правильно. Ми пропонуємо використовувати програмне забезпечення для управління проектами, щоб відстежувати делеговані завдання замість того, щоб постійно запитувати оновлення статусу, що може бути сприйнято як мікроменеджмент. Навички управління людьми також включають в себе мотивацію, яка полягає в тому, щоб працівники з більшим задоволенням виконували свою роботу. Ефективний менеджер знає, що працівників мотивують різні речі. Деякі працівники віддають перевагу пильному нагляду. Інші воліють, щоб їм кидали виклик у роботі, бажаючи взяти на себе більше відповідальності. Керівники часто можуть дізнатися, що найкраще мотивує працівників, обговорюючи з ними їхні особисті цілі та заохочуючи ініціативу. Потім менеджери можуть почати допомагати їм досягати цих цілей, доручаючи проекти, які найкраще використовують їхній творчий потенціал. Усі керівники повинні надавати своїм працівникам зворотній зв'язок щодо ефективності їхньої роботи. Формальним способом надання зворотного зв'язку є атестація. Атестація - це півгодинна або годинна зустріч, під час якої керівник аналізує роботу працівника за останні шість - 12 місяців. Вона може пояснити, які завдання працівник виконує добре, а які потребують вдосконалення. Ефективні менеджери не просто оцінюють роботу працівника. Вони напишуть для працівника план розвитку, який допоможе поліпшити його роботу.

Самотивовані менеджери в малих компаніях - це ті, хто прагне досягти успіху без нагляду з боку вищого керівництва. Їхня мотивація йде зсередини, і вони, як правило, подають приклад. На самотивованих менеджерів зазвичай впливає їхнє походження, цінності, освіта та особистість. Вони зазвичай мають певні спільні риси, і спосіб, у який вони виконують свою роботу, відрізняється від тих, хто менш цілеспрямований, інакше, ніж ті, хто керується власними інтересами. На нашу думку, самотивовані менеджери, як правило, позитивні та доброзичливі, а також мають відмінні комунікативні навички, вони вірять у себе, і вони проектують цю впевненість та ентузіазм на своїх співробітників. Ці люди також енергійні та скромні. Вони, швидше за все, визнають, коли роблять помилки, замість того, щоб перекладати провину на інших. Самотивовані менеджери також стійкі. Більшість з них легко оговтуються від невдач, оцінюючи, що вони зробили не так.

Проводячи дослідження даної теми ми дійшли також до висновку, що самотивовані менеджери, працюють на вищому рівні, ніж їхні колеги, які не є самотивованими, згідно з даними Вашингтонського університету, такі люди розглядають проблеми як можливості, спонукаючи своїх працівників працювати з максимальною віддачею [3]. Більшість з них витрачають свій час на постійну оцінку ефективності та розробку шляхів покращення роботи. Вони також мають бачення розвитку своїх відділів або робочих груп. Багато хто використовує оцінку ефективності як інструмент планування, заохочуючи працівників до навчання, щоб покращити свої здібності та продуктивність. Самотивовані менеджери

також вміють залагоджувати конфлікти між працівниками і не дозволяють їм заважати виконанню завдань. Це має вирішальне значення в невеликих компаніях з обмеженою кількістю працівників.

Керівники невеликих компаній можуть працювати з менеджерами, щоб зробити їх більш самомотивованими. Хоча ця риса зазвичай притаманна топ-менеджерам, керівники можуть заохочувати менеджерів пройти тренінги з самомотивації. Вони також можуть навчити їх мислити більш позитивно і уявляти себе успішними в проекта. Ще одним інструментом управління самомотивацією є ведення щоденника, щоб відстежувати думки протягом дня.

Самомотивація – це запорука успіху особистості, передумова ефективної постановки, досягнення цілей із найменшими витратами ресурсів (матеріальних, фінансових, трудових, часових, а також психологічного ресурсу). Людина прагне за своєю природою психологічного та фізичного комфорту, але особливість у тому, що цього можливо досягти, відшукавши в собі сили та мотиви до саморозвитку, самовдосконалення. Самомотивація та самоменеджмент – дві невід’ємні та обов’язкові компетентності сучасного менеджера. На самомотивацію менеджера впливає низка особистісних та професійних факторів. Їх необхідно знати та усвідомлювати як самому менеджеру, так і топ-менеджменту організації. Також важливим є стимулювання прагнення до розвитку не лише через створення для цього умов (організація навчання, його фінансування, створення внутрішньо організаційної бібліотеки тощо), налагодження прямого зв’язку між результатами розвитку працівника, його результатами праці та винагородою (матеріальною та моральною), але й включаючи його як провідний елемент у корпоративну культуру організації. На наш погляд, є певні особливості застосування прийомів, методів та інструментів на вітчизняних підприємствах, особливо в сучасних кризових реаліях, і це може стати темою подальших досліджень.

Список використаних джерел

1. Кові С.Р. 7 звичок надзвичайно ефективних людей / Пер. з англ. О. Любенко. 5-те вид. Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2019. 384 с.
2. Мирончук Н.М. Самомотивація як складова самоорганізації викладача у професійній діяльності. Проблеми освіти:зб. наук. праць. Вип. 88 (частина 2). Вінниця : ТОВ «НіланЛТД», 2018. С. 65–74.
3. Золотарьова О.В. Самомотивація як важливий чинник індивідуальної діяльнісної мобільності. Проблеми економіки та політичної економії. 2016, № 1. С. 85–98.
4. Даниленко-Кульчицька В.А. Особливості використання самоменеджменту у діяльності сучасних вітчизняних менеджерів. Науковий вісник Чернівецького університету. Випуск 694–695. Економіка. 2014. С. 128–131.

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА АТ АЛЬТБАНК

ОЛЕНА БОНДАРЕНКО¹, КАТЕРИНА ГРИНЕНКО²

ДУІТЗ, Україна

В умовах інформаційної економіки інновації стають рушійною силою суспільного розвитку. У банку також відбувається активна технологічна модернізація за рахунок впровадження інновацій. Особливу роль відіграють інновації, пов'язані з дистанційним банкінгом, управлінням ризиками, вдосконаленням інформаційно-комп'ютерних технологій. Проте в більшості українських банків процес управління інноваційною діяльністю орієнтований на вирішення поточних завдань, а якість управління не відповідає потребам міжнародного рівня та розвитку національної банківської системи – підвищення ефективності, конкурентоспроможності, забезпечення стабільної діяльності банків та посилення їхнього внеску в економічний інноваційний процес впливу. У цьому випадку актуальним стає дослідження теоретичних і практичних питань економічної ефективності інноваційної діяльності банків, спрямованих на підвищення прибутковості за прийнятних ризиків, та формування стратегії інноваційного розвитку банків.

За дослідженням, проведеним Cornerstone Advisors, п'ятьма найпопулярнішими технологіями у банківській справі за 2020 та 2021 рік стали такі: відкриття цифрового рахунку; інтерфейси прикладного програмування (API); відеоспівпраця; платежі р2р та хмарні обчислення (табл. 1). У першій п'ятірці списку за 2020 та 2021 роки показані незначні зміни пріоритетів у кожному з цих років, оскільки в кожному році до списку були включені ті самі технології, але в дещо іншому порядку.

Таблиця 1

Топ-5 технологій у банківській справі

2020	2021	2022
Відкриття цифрового рахунку	Відкриття цифрового рахунку	Відкриття цифрового рахунку
р2р платежі	Інтерфейси прикладного програмування (API)	Чат-боти
Відеоспівпраця	Відеоспівпраця	Машинне навчання
Хмарні обчислення	р2р платежі	р2р платежі
Інтерфейси прикладного програмування (API)	Хмарні обчислення	Цифрова система надання кредитів

Джерело: [4]

Сучасні банківські інноваційні технології задовольняють такі важливі для споживачів потреби, як зручність (в будь-який час і в будь-якому місці), швидкість, контроль та самостійність, що сприяють спрощенню обслуговування споживачів та знижують витрати часу на проведення операцій [1-3].

Популяризація таких інноваційних сервісів, як Apple Pay та Google Pay стимулює розвиток безконтактної платіжної інфраструктури. Станом на 01.01.2020 р. вже 90 % торговельних POS- терміналів країни забезпечують можливість здійснення безконтактної оплати (станом на 1.01.2019 р. – 79,4 %). Більшість українських торгових мереж здійснюють розрахунки за допомогою технології PayPass. Безготівкові операції з використанням безконтактних та токенизованих карток становили третину від загальної кількості та обсягу безготівкових операцій у торговельних мережах [1, с. 17].

АТ «Альтбанк» є одним із лідерів digital-напряму у банківській сфері, формує тренди та визначаючи динаміку розвитку цього ринку. Для своїх приватних клієнтів банк пропонує інтернет-банк «Altbank Private» та мобільний банк «Altbank Mobile», для малого та середнього бізнесу передбачено «Altbank Bissnes Online», для великого бізнесу підходить «Altbank Klient Online», а також мобільний додаток «Altbank Private». За офіційними даними у 2021 році від загальної клієнтської бази кількість підключених користувачів склала 39%, при цьому активних користувачів 26%. У 2022 році кількість підключених користувачів зросла на 8%, при цьому активних користувачів онлайн-банками становило 31%.

Розглянемо трохи докладніше надані банком послуги. У 2021 році загальна кількість клієнтів, які використовують інтернет-банк «Altbank Private», склала більше 200 тис осіб, а кількість компаній-отримувачів платежів перевищила 2000. Кількість підключених до цього сервісу склала 26% від загальної кількості підключених користувачів. Інтернет-банк «Алтбанк Private» - безкоштовний сервер, де клієнт може отримати доступ і контроль над своїми фінансами, автоматизація своїх щомісячних платежів, управління витратами.

«Altbank Private» - мобільний додаток, який надає простий та безпечний доступ до рахунків, карт. Існують дві версії мобільного банку «Altbank Private» та «Altbank Private Lite», одна з них повна, містить платні послуги, друга - безкоштовна та обмежена версія. Мобільний додаток можна підключити у відділеннях банку, телефонному центрі в банкоматах банку, через інтернет-банк. Мобільним інтернет-банком користується понад 150 тис. осіб (близько 20% всіх клієнтів банку).

Клієнт, підключаючи мобільний банк, вибирає яку версію йому краще мати. «Altbank Private Lite» - це мобільний банк з обмеженими параметрами, який виконує базові операції: отримання відомостей про залишки, підключення додаткових послуг, переказ коштів, конвертація валюти і т.д. «Altbank Private» - це вже розширений сервіс для клієнтів.

Наприклад, клієнт АТ «Альтбанк» може спілкуватися в чаті зі свого гаджета зі співробітником банку, а також увімкнувши GPS-навігатор у пристрої зможе знайти найближчий з ним банкомат або відділення банку, що є незрівнянно плюсом. Крім того, програма дозволяє визначити ступінь завантаженості офісів, клієнт може в додатку оцінити роботу конкретного офісу. Слід зазначити, що це додаток працює у автономному режимі, тобто. не потрібно вводити логін та пароль, щоб скористатися послугою. Окрім банкоматів та відділень клієнт може знайти найближчі магазини-партнери «АльтБанку», які надають знижки. Така

функція дозволяє не тільки накопичити бонуси на карту, але й зробити вигідні покупки. У аналогічних додатках інших банків поки що таких функції немає.

Також АТ Альтбанк запропоновано створення інноваційного продукту AltBank Kids, що дозволяє дітям та підліткам користуватися широким спектром банківських послуг. AltBank Kids Mini – це не просто дитяча карта, а digital-банкінг – корисний сервіс, що дозволяє навчити дітей та підлітків у віці 7-17 років фінансової грамотності та поведінки з грошима. До переваг AltBank Kids Mini можна віднести: cashback до 10 відсотків; запит грошей у батьків; вибір анімації своєї картки у додатку; інтерактивну скарбничку; безкоштовне відкриття та обслуговування; можливість поповнення картою іншого банку через додаток; перекази за номером картки чи телефону; безконтактна оплата Apple Pay, Google Pay, Samsung Pay; понад 2000 платежів без комісій; зняття у будь-якому банкоматі світу до 50000 грн на місяць також без комісії. Також AltBank Kids Mini буде оформлюватися за 1 хвилину та 100 відсотків online.

Отже, AltBank Kids Mini - це цілий світ, у якому дитина вчиться поводитися з грошима, привчається до самостійності, знайомиться з тонкощами користування картою, напроцьовує досвід і дозволяє уберегти дітей від помилок у майбутньому.

В роботі розглянуто спектр інноваційних послуг, що впроваджується в діяльність підприємства АТ Альтбанк. Це різноманітні, актуальні, корисні і безумовно соціально значущі послуги.

Список використаних джерел

1. Звіт з оверсайта платіжних систем. Національний банк України. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Report_oversight_2018.pdf?v=4
2. 2020 BAI Global Innovation Award Winners. URL: <https://www.bai.org/globalinnovations/awards/2020-winners/>
3. 2021 BAI Global Innovation Award Winners. URL: <https://www.bai.org/globalinnovations/awards/2021-winners/>
4. Ron Shevlin The 5 Hottest Technologies In Banking For 2022 URL: <https://www.forbes.com/sites/ronshevlin/2021/12/31/the-5-hottest-technologies-in-banking-for-2022/?sh=142b393d77dc>
5. Ron Shevlin The 5 Hottest Technologies In Banking For 2021 URL: <https://www.forbes.com/sites/ronshevlin/2021/01/18/the-5-hottest-technologies-in-banking-for-2021/?sh=476b954d35c4>

УДК 658.3

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО МЕНЕДЖМЕНТУ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ

ОЛЕНА ДЕКАЛЮК

Університет економіки і підприємництва, Україна

Сьогодні показує що економіка України наразі виживає за рахунок малого підприємництва. Управління підприємствами малого бізнесу сьогодні як ніколи потребує якісно грамотного менеджменту.

Конкурентне середовище вимагає від керівника прогресивних управлінських технологій які дадуть можливість приймати ризикові управлінські рішення, швидко реагувати на зміни в зовнішньому середовищі.

Менеджмент підприємницької діяльності як наука переповнений безліччю практик але потрібен пошук нових технік та технологій які дозволять об'єднати людей навколо бізнес проекту, підтягнути потрібну інформацію для реалізації бізнес-процесу, організувати постановку та виконання завдань на рівні який забезпечить досягнення запланованих результатів..

Питання пов'язані з вдосконаленням менеджменту підприємницької діяльності досліджено в роботах Ляшенко Р.В., Герасименко О.М., Тоцька О., Пискун О.М., Сокол Н.В.

Ляшенко Р.В. досліджував основні підходи до управління бізнесом [1], які на наш погляд на сьогоднішній день потребують деталізації і підлаштування під реалії бізнесу в умовах війни. Адже сьогодні підприємництво кожного дня стикається з великою кількістю несподіванок, що не завжди залежать від старань керівництва чи колективу.

Герасименко О.М. у своїх наукових дослідженнях робить акцент на ризик орієнтованому управлінні [2]. І варто зазначити, що для підприємництва сьогодні це дуже важливо, оскільки підприємництво України функціонує в режимі ризику. І лише пошук ефективних методів менеджменту підприємницької діяльності допоможуть подолати кризу.

Метою нашого дослідження є аналіз існуючих методів управління підприємницькою діяльністю та виведення сучасних підходів до менеджменту на підприємстві, які в комплексі дають можливість упорядкувати та структурувати бізнес-процеси на результат.

Ми розглядаємо три основних сучасних підходи до менеджменту підприємницької діяльності

1. Управління інтелектуальним потенціалом працівника.
2. Формування фінансової грамотності та фінансового інтелекту.
3. Формування ефективної бізнес-моделі підприємства.

Людина і її інтелект є рушійною силою змін та руху вперед у будь-якому бізнесі. Формування інтелектуального потенціалу шляхом підтримки, посилення та розвитку здібностей та компетентностей працівника є першочерговим завданням менеджера який прагне посилити свою фірму, досягти бажаного рівня конкурентоспроможності. Адже зміни відбуваються тоді коли людина до них готова. А готовність працівника підвищується з підвищенням рівня професійних знань та усвідомленням своїх можливостей. Можливостей бути цінним, корисним, давати більш значущий для підприємства результат. Тут завданням керівника є створити умови для росту і розвитку працівника шляхом додаткового навчання, делегування повноважень, перерозподілу відповідальності, прозорій системи завдань і виконаних результатів.

Важливим підходом до вдосконалення менеджменту в підприємницькій діяльності є формування фінансової грамотності та фінансового інтелекту. Керівник має забезпечувати у кожного працівника усвідомлення причино наслідкових зв'язків його роботи та фінансових результатів. Формування фінансового мислення варто здійснювати за допомогою розв'язання кейсів і задач актуальних для даного підприємства. Круглі столи, обговорення варіантів та спільний пошук можливостей, завдання для окремого працівника результатом якого має бути ефективне фінансове рішення для всієї фірми чи підприємства. О.Троцька досліджуючи фінансову грамотність українців зазначає, що на сьогоднішній день необхідно виділяти ціленаправлено частину бюджету на такі цілі. Ми погоджуємося що підвищення фінансового інтелекту працівника має кимось оплачуватися, але коли людина побачить як повертаються, від її праці, гроші вкладені в її інтелект, результати будуть подвоюватися. Фінансову грамотність необхідно розвивати в дітей ще з дошкільного віку [4]. І тоді економіка отримає більше спеціалістів готових йти на виправдані ризики тому, що у них є звичка все прораховувати.

Формування ефективної бізнес-моделі підприємства варто починати з дослідження середовища діяльності фірми. На даному етапі проходить аналіз типових бізнес стратегій які використовує керівник. Також аналізуються потреби потенційних споживачів, що дає керівнику базу для поточного та стратегічного планування. Важливим етапом тут є дослідження поведінки фірм конкурентів які працюють в аналогічній ніші. Визначивши власні стратегії, дослідивши потреби потенційних споживачів, поведінку конкурентів ми можемо переходити до пошуку партнерів. На сьогоднішній час часто конкуренти стають партнерами. Такий феномен пояснюється бажанням об'єднати зусилля та зберегти бізнес в умовах війни. Не лише зберегти, а й розвинути. Багато сучасних науковців вивчали ефективність співпраці конкурентів, коли вони є й партнерами [5].

Наступним етапом створення ефективної бізнес-моделі є формування якісної комерційної пропозиції яка базується на цінностях, які підприємство може запропонувати своїм споживачам. Такими цінностями може бути новизна товару, доступність по ціні та якості, відданість бренду, зручність в експлуатації. А також для керівника це буде закрыта певна проблема/задача, підвищення ефективності, продуктивності, зменшені ризики.

На даному етапі аналізується інфраструктура підприємства з точки зору забезпечення ефективності його функціонування. Важливий акцент робиться на ресурсному забезпеченні. А саме пошук таких постачальників які будуть відповідати вимогам керівника підприємства.

Важливо зробити акцент на грамотному маркетингу та рекламній компанії. Реклама має бути проста, доступна, правдива. На даному етапі варто підключити наукові дослідження щодо можливості впровадження інноваційного продукту, розвитку технологій, досягнення конкурентоспроможності за рахунок інновацій.

Всі вище перераховані процеси мають координуватися з єдиного центру тобто менеджером компанії, її керівником.

Великий акцент робиться на закупівлі сировини та матеріалів, для чого необхідно визначити постачальників які швидко, якісно, вчасно, надійно готові приступити до виконання своїх зобов'язань.

Менеджер має грамотно вибрати період постачання, транспортування товарів до місця призначення, вести облік запасів та користуватися технологіями ефективного складування. Для забезпечення якісного продажу товарів на сьогоднішній день великий акцент робиться на мерчандайзинг, конкурентне ціноутворення, маркетингові комунікації з споживачем, враховуючи індивідуальні побажання останніх. Також дуже важливим є післяпродажне обслуговування надання сервісних послуг, виконання гарантійних зобов'язань перед споживачем.

Отже, досліджені три складові – людина, фінансовий інтелект та ефективна організація бізнес-процесів в синергії дає можливість керівнику підприємства досягати поставлених цілей та бути конкурентоспроможним на ринку.

Список використаних джерел

1. Ляшенко Р.В. Основні підходи до управління в бізнесі *Молодий вчений* № 12 (64) грудень, 2018 р. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/12/71.pdf>
2. Герасименко О.М. Ризик-орієнтоване управління в системі економічної безпеки підприємства. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук Київ, 2021 URL: https://library.krok.edu.ua/media/library/category/disertatsiji-avtoreferati-vidguki/gerasimenko_2021-aref.pdf
3. О.Тоцька Формування бюджету проєкту фінансово-економічної грамотності для дітей дошкільного та молодшого шкільного віку засобами MICROSOFT OFFICE PROJECT1 URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/20318/2/article_79%20%28%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%29.pdf
4. Пискун О. М., Сокол Н. В. Розвиток підприємливості та фінансової грамотності учнів старшої школи в процесі технологічної освіти. Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Сер.: Педагогічні науки. 2018. Вип. 151(2). С. 118–122. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2018_151\(2\)_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2018_151(2)_28) (дата звернення: 1.04.20203).
5. «Професійний менеджмент у сучасних умовах розвитку ринку» : Матеріали доповідей VIII науково-практичної конференції з міжнародною участю (1 листопада 2019 р.). Х. : Монограф. 2019. с. 331.

ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ОЛЕНА ДЕНИСЮК

Державний університет «Житомирська політехніка», Україна

Відповідно до тлумачення фахівців Міжнародного інституту сталого розвитку та звіту Brundtland, сталий розвиток – це розвиток, який відповідає потребам сьогодення, не ставлячи під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти власні потреби [1]. В Україні на державному рівні підтримка підсумкового документу Саміту ООН зі сталого розвитку “Перетворення нашого світу: порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року” (рамках 70-ї сесії Генеральної Асамблеї ООН у Нью-Йорку, вересень 2015 року) датується 2019 роком після Указу Президента України «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року»[2]. Вже у 2020 році Кабінетом Міністрів України внесені зміни до Регламенту: встановлено, що необхідність досягнення Цілей сталого розвитку враховується у процесі формування та реалізації державної політики України [2]. Основним документом, який окреслює орієнтири досягнення Україною Цілей сталого розвитку є Національна доповідь «Цілі Сталого Розвитку: Україна» (2017 рік) [3]. Цілі сталого розвитку нараховують 17 глобальних цілей, яким відповідають 169 завдань.

Значний вплив на досягнення його цілей мають й суб’єкти господарювання різних видів економічної діяльності як елементи економіки країни на мікрорівні. Для того, щоб розуміти загальну кількість діючих суб’єктів господарювання в Україні представимо їх в цілому, за видами економічної діяльності та за розміром. Кількість діючих суб’єктів господарювання в Україні (за даними Державного комітету статистики України [4]) узагальнено на рис 1.

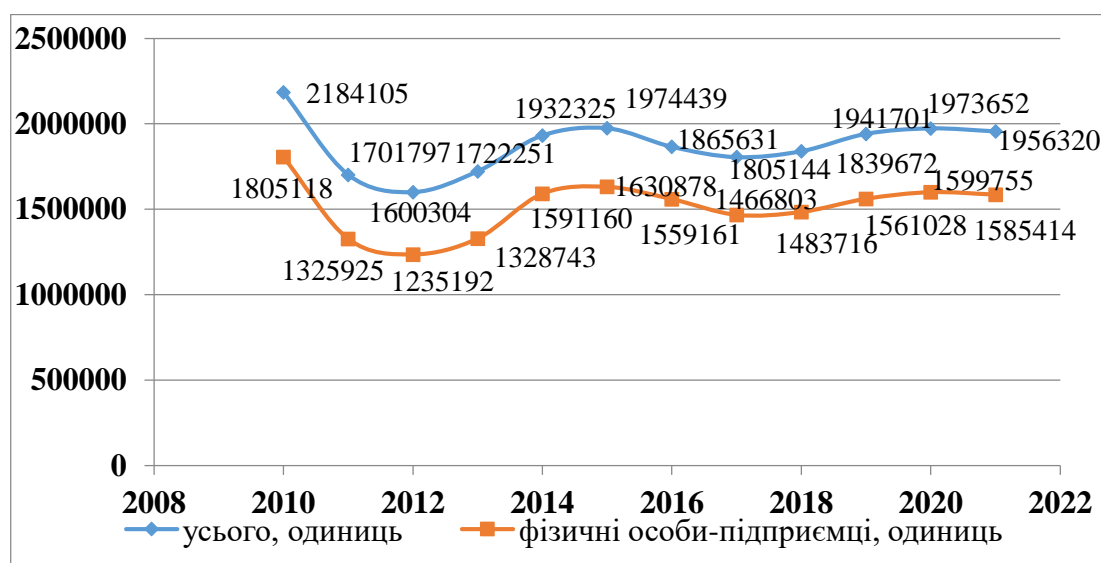


Рисунок 1 Динаміка кількості діючих суб’єктів господарювання в Україні у 2010-2021 роках (за даними Державного комітету статистики України [4])

Відзначимо, що протягом останніх десяти років не спостерігається однозначна тенденція збільшення-зменшення кількості суб'єктів господарювання, проте наголосимо на тому, що, починаючи з 2017 року зростає кількість діючих суб'єктів господарювання в Україні. Станом на 2021 рік, загальна кількість діючих суб'єктів господарювання – 1956320 одиниць, а частка фізичних осіб-підприємців у загальній кількості діючих суб'єктів господарювання становить 81% (середній показник протягом 2010-2021 рр. становить 80,7%). Повномасштабна війна в Україні однозначно щодня вносить зміни у кількість підприємств, проте об'єктивно оцінити її вплив можливо буде лише згодом.

Щодо кількості діючих суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності, то у 2021 році порівняно з 2010 роком збільшилась кількість суб'єктів господарювання видів економічної діяльності «Інформація та телекомунікації» – на 228164 одиниці (в 4 рази), «Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги» – 16330 (89,51%), «Операції з нерухомим майном» – 43955 (87,23%), «Освіта» – 7088 (65,39%), «Тимчасове розміщення й організація харчування» – 19742 (39,46%), «Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок» – 3978 (33,57%), «Професійна, наукова та технічна діяльність» – 22505 одиниць (16,64%). Такі результати повною мірою на сьогодні відображають процеси, що відбуваються в суспільстві та економіці. В свою чергу, стурбованість та пересторогу як для сьогодення, так і майбутнього, підкреслює той факт, що в цілому знижується кількість суб'єктів господарювання тих видів економічної діяльності, що мають бути основою формування економіки країни та її національного багатства. Зокрема, зменшується кількість суб'єктів господарювання видів економічної діяльності «Промисловість» – 30182 (19,86%), «Будівництво» – 18594 (24,72%), «Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство» 9518 (11,85%), «Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність» – 51301 (35,15%), «Фінансова та страхова діяльність» – 3895 (26,79%). Також скорочується кількість суб'єктів «Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів» – 419909 (35,07%), «Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування» – 18389 (25,35%), «Надання інших видів послуг» – 17759 (13,85%).

В свою чергу, якщо взяти за основу 2021 рік, то бачимо, що в структурі за кількістю суб'єктів господарювання переважають суб'єкти малого підприємництва (99,06% або ж 1937827 одиниць), суб'єкти середнього підприємництва – 0,91%, великого – 0,03%. Проте, якщо розглянути обсяги реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств та фізичних осіб-підприємців за їх розмірами, то бачимо, що картина змінюється. У 2021 році у загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) 39,57% (5931851 млн. грн.) – належить суб'єктам середнього підприємництва, 34,29% (5140367 млн. грн.) – великого підприємництва та 26,14% – малого підприємництва. Вищезазначене дає нам право стверджувати про порівняно однаковий внесок суб'єктів господарювання різного розміру на рівні економіки країни до бюджету.

Становлення концепції сталого розвитку суспільства вимагає відповідних змін і у поведінці представників бізнесу. Фахівці Міжнародного інституту сталого

розвитку [1] відзначають, що на зміну концепції корпоративної соціальної відповідальності прийшла концепція відповідального бізнесу, в основі якої ідея, що підприємства не можуть діяти як ізольовані економічні суб'єкти, відірвані від суспільства в цілому. Відповідно до цього, традиційні погляди на конкурентоспроможність, зростання частки на ринку, нарощення вартості бізнесу та забезпечення прибутковості змінюються. Крім того, перед менеджерами та власниками відкриваються нові ринкові можливості у зв'язку зі зростанням попиту на «зелені» та «сталі» продукти.

Позитивними результатами, які можуть бути досягнуті вітчизняними підприємствами за умови впровадження практик сталого розвитку та відповідального господарювання є:

1. Переваги підприємства: поліпшення фінансових показників діяльності; оптимізація загальногосподарських та операційних витрат; поліпшення іміджу та репутації бренду; нарощення обсягів реалізації; зростання продуктивності праці та якості й безпечності продукції; вивірена політика формування та використання персоналу; зменшення регуляторного нагляду; диференціація доступу підприємства до капіталу; інтеграція інструментів екологічного менеджменту в бізнес-плани, включаючи оцінку життєвого циклу та калькуляцію, стандарти екологічного менеджменту та екомаркування; використання в процесі господарювання відновлюваних ресурсів; розширення можливостей переробки сировини і матеріалів; зростання довговічності та функціональності продукції.

2. Переваги для суспільства: корпоративна участь у громадських програмах освіти, працевлаштування та допомозі тим, хто її потребує; соціально-відповідальна політика по відношенню до власного персоналу; насичення ринків безпечною та якісною продукцією.

Через дотримання концепції відповідального бізнесу, на нашу думку, підприємства зможуть поступально досягти успіхів за наступними цілями сталого розвитку: ЦСР 7 «Забезпечення доступу до недорогих, надійних, стійких і сучасних джерел енергії для всіх», ЦСР 8 «Сприяння поступальному, всеохоплюючому та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх», ЦСР 9 «Створення стійкої інфраструктури, сприяння всеохоплюючій і сталій індустріалізації та інноваціям», ЦСР 12 «Забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва», ЦСР 13 «Вжиття невідкладних заходів щодо боротьби зі зміною клімату та її наслідками», ЦСР 17 «Зміцнення засобів здійснення й активізація роботи в рамках глобального партнерства в інтересах сталого розвитку».

Список літературних джерел

1. International Institute for Sustainable Development. URL: <https://www.iisd.org/mission-and-goals/sustainable-development>.

2. Цілі сталого розвитку та Україна. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/cili-stalogo-rozvitku-ta-ukrayina>.

3. Національна доповідь «Цілі Сталого Розвитку: Україна». URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/natsionalna-dopovid-csr-Ukrainy.pdf>

4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>.

**APPLICATION OF ADDITIVE PRODUCTION PROCESSES AS A TOOL FOR
ACHIEVING SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL
ENTERPRISES**

ALLA POLYANSKA¹, DARIUSH SALA², VLADYSLAW PSIUK³

*¹Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas, Ivano-Frankivsk,
Ukraine*

²AGH University of Science and Technology, Poland

³Peek Logik, Ukraine

Additive manufacturing (AM) techniques create 3-D objects directly from a computer model, depositing material only where required. These new techniques, while still evolving, are projected to exert a profound impact on manufacturing. They can give industry new design flexibility, reduce energy use, and shorten time to market. The process is often called 3-D printing or digital manufacturing because of similarities to standard desktop printing.

Three-dimensional (3D) printing is becoming increasingly useful in environmental applications in air, water, and energy. Through the advantages of quick production, cost-effectiveness, customizable design, the ability to produce complex geometries, and more, 3D printing has supported improvements to air quality monitors, filters, membranes, separation devices for water treatment, microbial fuel cells, solar cells, and wind turbines. It also supports sustainable manufacturing through reduced material waste, energy use, and carbon emissions [1].

In addition to advantages in terms of speed and cost of manufacturing products, these technologies also have advantages from the point of view of environmental protection. They, in particular, reduce the release of greenhouse gases and «thermal» pollution. Additive technologies have a huge potential in the direction of reducing energy and material costs for the creation of a wide variety of products. And finally, the degree of 3D technologies usage in industrial production is an indicator of the real industrial power of the state, an indicator of its innovative development.

As new fabrication methods and printable materials continue to be developed, 3D printing is becoming progressively useful in a diversity of applications, including the automotive, aircraft, medical, food, and robotics industries. Some environmental uses of this technology have been developed for air, water, and energy. Although most of these are small, individual devices for sampling, sensing, or separating [2], these early applications demonstrate that 3D printing has the potential to make significant impacts within environmental applications in the future. As the challenges within 3D printing are further researched and addressed, the technology is likely to bring improvements to separation devices, sensors, alternative energy technologies, and more. Additionally, 3D printing supports sustainable manufacturing by reducing waste, energy demand, and carbon emissions. Publications in this areas describe broad areas of environmental applications that are benefitting from advancements in 3D printing, namely: sustainable manufacturing, air quality, water and wastewater, and alternative energy sources [1].

The aim of another study was to compare environmental impacts of conventional manufacturing methods for a real industrial application. Analysis was performed on the repair process of a burner used in a Siemens industrial gas turbine. The results of this study show that the repair process based on AM provides significant reduction in material footprint, primary energy consumption, and carbon footprint compared to conventional machining and welding processes. Even though the AM process has increased power and inert gas consumption on the shop floor, the complete life cycle shows that the conventional processes have a much higher environmental footprint from material use upstream [3].

Among defined advantages of AM in term of sustainable development, the profound stress is made on:

- lower energy intensity: 3-D techniques save energy by eliminating production steps, using substantially less material, enabling reuse of by-products, and producing lighter products. Remanufacturing parts through advanced additive manufacturing and surface treatment processes can also return end-of-life products to as-new condition, using only 2–25% of the energy required to make new parts ;

- less waste: building objects up layer by layer, instead of traditional machining processes that cut away material can reduce material needs and costs by up to 90%;

- cost reduce and efficiency increase: the model calculations in conducted research has shown that 3DP contains the potential to reduce costs by 170-593 billion US \$, the total primary energy supply by 2.54-9.30 EJ and CO₂ emissions by 130.5-525.5 Mt by 2025 [4].

Beside this, the extreme accuracy of printing allows it to be used in the field of medicine, and the versatility of the methods allows the design of components of rockets, houses, load-bearing structures, as well as lightweight composite elements of models. 3D printing is promising for the construction of fastening structures in space, and even for the colonization of Mars.

References

1. Nadagouda N. M., Ginn M., Rastogi V. (2020). Review of 3D printing techniques for environmental applications. *Current Opinion in Chemical Engineering* Volume, 28, 173-178. <https://doi.org/10.1016/j.coche.2020.08.002>

2. Additive Manufacturing: Pursuing the Promise. (2012). <https://www.energy.gov/eere/amo/articles/additive-manufacturing-pursuing-promise>

3. Walachowicz F., Bernsdorff, Papenfuss U., Zeller Ch. (2017). Comparative Energy, Resource and Recycling Lifecycle Analysis of the Industrial Repair Process of Gas Turbine Burners Using Conventional Machining and Additive Manufacturing. *Journal of Industrial Ecology*, 21(S1). DOI:10.1111/jiec.12637

4. Gebler M., Anton J. M., Uiterkamp S., Visser C. (2014). A global sustainability perspective on 3D printing technologies. *Energy Policy*, 74: 158–167. <https://doi.org/10.1016/j.coche.2020.08.002>

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЯК ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

СОФІЯ ДУБ

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Погіршення екологічної ситуації, кліматичних умов та ряд інших негативних факторів були спрогнозовані науковцями ще в 1972 році та знайшли своє відображення у доповіді Римського клубу «Межі зростання». Наступним важливим кроком стала доповідь Гро Гарлем Брунтланд «Наше спільне майбутнє» (1987 рік), на якій вперше застосовано термін «сталий розвиток». Дана доповідь заклала фундамент в боротьбі за збереження довкілля та подальший соціально-економічний розвиток. Після публікації доповіді термін «сталий розвиток» почали широко вживати в бізнесі та науковій сфері.

У документі ООН «Порядок денний на XXI століття» наведено загальноприйняте визначення поняття «сталий розвиток» як «модель руху людства вперед, при якій досягається задоволення потреб нинішнього покоління людей без позбавлення такої можливості майбутніх поколінь» [1]. Забезпечення сталого розвитку є важливим завданням для світової спільноти. Відповідно, сьогодення ставить перед нами нагальну потребу перебудови економічної моделі, адже, саме через лінійну модель економіки людство зіткнулось з низкою екологічних проблем. Циркулярна економіка передбачає відокремлення процесу економічного зростання від використання природних ресурсів. Тобто, швидкість видобування ресурсів та утворення відходів має залишатись нижче рівня їх споживання. Слід зазначити, що в цьому контексті циркулярна економіка може виступати в ролі регенеративної системи через мінімізацію відходів, переробку, повторне використання, належну експлуатацію [2].

Базуючись, зокрема, і на принципах відновлення природи та зменшення кількості відходів, циркулярна економіка будує структуру, яка відповідає вимогам сталого розвитку, враховує економічний, соціальний та екологічний аспекти.

На даному етапі розвитку суспільства питання ефективного, конкурентоспроможного підприємництва та сталого розвитку є взаємопов'язаними. Адже, саме завдяки спрямуванню підприємництва на розробку новітніх технологій, створення ідей забезпечує сталий розвиток.

Нафтотранспортні підприємства відіграють важливу роль в енергетичному секторі та економіці загалом, але при неналежній експлуатації можуть мати значний негативний вплив на довкілля та екологію.

Провідні нафтові компанії: Saudi Aramco (Саудівська Аравія), Total S.A. (Франція), China National Petroleum Corporation (Китай), Royal Dutch Shell (Нідерланди/Велика Британія), ExxonMobil (США), Chevron (США) активно долучились до політики сталого розвитку та проводять ряд заходів для зменшення впливу на екологію, зокрема, підвищення енергоефективності. Варто зазначити, що за останні роки нафтотранспортні підприємства зменшили свій негативний вплив на екологію. Для прикладу, провідна світова нафтова компанія Royal Dutch

Shell у своєму звіті зі сталого розвитку за 2021 рік, відображає наступну інформацію: загальний обсяг викидів парникових газів зменшився порівняно з 2020 роком, а саме: обсяг викидів вуглецю зменшився на 16%, викидів метану на 8%, а викидів дистильованих органічних сполук (ДОС) - на 10%. Компанія до 2050 року має намір досягнути нульових викидів парникових газів [3]. Ще одним прикладом є найбільший нафтовидобувний концерн в світі - Saudi Aramco. Компанія активно застосовує принципи сталого розвитку в своїй діяльності, впроваджуючи програму зменшення викидів метану, збільшуючи використання електроенергії отриманої від альтернативних джерел енергії, застосовуючи технологічні інновації для зменшення водоспоживання та негативного впливу на довкілля [4].

Ефективна імплементація принципів циркулярної економіки є одним із ключовим факторів, що створюють умови для розвитку підприємництва, при цьому не збільшуючи рівень негативного навантаження на навколишнє середовище та забезпечуючи раціональне використання вичерпних ресурсів.

Список використаних джерел

1. New Economics for Sustainable Development. URL: <https://www.un.org/en/desa/unen/policy-briefs> (дата звернення: 23.04.2023)
2. Circular economy introduction URL: <http://surl.li/gogpd> (дата звернення: 23.04.2023)
3. Sustainability Performance data. URL: <http://surl.li/gogot> (дата звернення: 23.04.2023)
4. Our 2021 sustainability report URL: <https://www.aramco.com/en/sustainability/our-sustainability-data> (дата звернення: 23.04.2023)

УДК 336.719: 339.137.2

ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ БАНКАМИ: СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ І ПРОБЛЕМИ В УКРАЇНІ

ЮЛІЯ ДЯТЛОВА

Запорізький національний університет, Україна

Фінансування інноваційних проєктів є досить поширеним в економічно розвинутих країнах і в цьому інвестуванні активну участь приймають банки [1]. Для українських банків такий вид інвестування є новим банківським продуктом. Тому вивчення зарубіжного досвіду і проблем розвитку банківського фінансування інноваційних проєктів в Україні є актуальним.

За даними Global Project Finance Review, обсяг глобального фінансування проєктів за першу половину 2020 року склав за 317 угодами 123,6 млрд. доларів США і збільшився на 3% порівняно з аналогічним періодом попереднього року. Тенденції є стійкими й протягом наступного року.

Дані свідчать, що саме банківські установи є головними фінансовими організаторами глобальних угод з проєктного фінансування. За даними Trade Finance League Tables, лідером фінансування проєктів у світі у I півріччі 2021 року

є JapanBankofInternationalCooperation (Японія), який уклав 23 угоди на загальну суму 6,900.71 млрд. дол. США. Друге місце посів Export-ImportBankoftheUnitedStates (США), який уклав лише 1 угоду, але на суму 5,000.00 млрд. дол. Третє місце посіла Sumitomo Mitsui Financial Group (Японія), якій вдалось укласти 36 угод щодо проектного фінансування на суму 4,746.14 млрд. дол. Вказані установи займають майже 18% ринку проектного фінансування.

Ще 24% світового ринку займають інші банки 7 банків, які входять у ТОП-10 щодо фінансування проектів. Це такі фінансові магнати, як Mizuho Financial Group (Японія) з 20 угодами на суму 4,325.06 млрд. дол. США, Societe Generale (Франція) з 25 угодами на суму 3,264.36 млрд. дол., Banco Santander (Іспанія) з 16 угодами на суму 3,141.15 млрд. дол., BNP Paribas (Франція) з 17 угодами на суму 3,109.23 млрд. дол., Germany government (Німеччина) з однією угодою на суму 2,960.00 млрд. дол., Credit Agricole (Франція) з 16 угодами на суму 2,874.07 млрд. дол., Citigroup (США) з 16 угодами на суму 2,818.00 млрд. дол. США.

Отже, глобальним фінансуванням інноваційних проектів займаються банки США, Японії, Європейського Союзу – з Франції, Іспанії, Німеччини. Це є підтвердженням активних інноваційних процесів у цих країнах та їх транснаціональних компаніях.

Під впливом глобалізаційних процесів, які є характерними в найбільшому ступені саме для фінансових ринків, на український ринок банківських послуг прийшли зарубіжних гравців, які спеціалізуються на проектному фінансуванні (французький BNP Paribas, угорський ОТП Банк,). З однієї сторони такі тенденції підвищили рівень конкурентної інтерналізації для банків з вітчизняним капіталом [2], з іншої – розширили обсяги інвестиційного ринку України за рахунок міжнародних ресурсів [3], доступ до яких є нагальною потребою для вітчизняних суб'єктів підприємницької діяльності в умовах капіталодефіцитної економіки.

Банки з вітчизняним капіталом пропонують реальному сектору економіки кредитування як основну банківську послугу [4], на такий вид інвестування націлено державне регулювання розвитку економіки, сфокусовано увагу на пріоритетних секторах економіки, зокрема аграрно-промисловому комплексі [5].

В Україні послуги з проектного фінансування надають присутні на національному ринку банки зі 100%-ним іноземним капіталом, такі як АТ «ОТП Банк» (Угорщина), ПАТ КБ «Правекс-Банк» (Італія). Серед банків з частково іноземним капіталом послуги з проектного фінансування надають АТ «Райффайзен Банк Аваль» (Австрія), АТ «УкрСиббанк» (Франція), ПАТ «Укрсоцбанк» (Австрія).

З банків з вітчизняним капіталом слід відзначити АТ Укрексімбанк, який спеціалізується на проектах експортоорієнтованих підприємств. На офіційних сайтах більшості банків є інформація про надання послуг проектного фінансування, хоча в дійсності банки пропонують лише операції з кредитування проектів. Однак при кредитуванні проектів позичальник як ініціатор проекту бере кредит під заставу і розраховується по кредиту з доходу. При проектному фінансуванні джерелом повернення боргу та гарантія повернення банку вкладених фінансових ресурсів є кошти, які отримуються в результаті реалізації

проекту. Більшість банків, приймаючи рішення про участь у фінансуванні проекту, виставляють фірмі-ініціатору умову, відповідно до якої реальні активи компанії повинні перевищувати вартість проекту, зазвичай, не менш, ніж у два рази [1].

Отже, вітчизняні банки зазвичай ототожнюють фінансування інноваційних проектів з кредитуванням і оцінюють не прибутковість проекту, а поточну діяльність позичальника, накопичені ним активи. Банки повинні надавати прозору інформацію щодо фінансування інноваційних проектів. Це сприятиме розвитку даного сегменту ринку банківських послуг.

Список використаних джерел

1. Коваленко В.В., Шелудько С.А. Проектне фінансування в умовах невизначеності та ризику. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип.№ 36. С. 415-424.

2. Дятлова Ю.В. Концепція конкурентної інтерналізації в банківському секторі: еволюція теорій і наукові положення. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 1(17). С. 219-227.

3. Бородаєнко Н.В., Дятлова Ю.В., Кердивар В.В. Інвестиційний ринок України: стан та перспективи розвитку. *Менеджер: Вісник Донецького державного університету управління*. 2018. № 2(79). С. 66-72.

4. Рекова Н.Ю., Дятлова Ю.В. Розвиток кредитування реального сектору економіки: фокус на АПК як пріоритетну галузь. *Фінансовий простір: електронне наукове фахове видання*. 2019. № 1(33). С. 8-17. URL: <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/index.php/fp/article/view/672>.

5. Дятлова В.В., Дятлова Ю.В. Державне регулювання інвестиційного розвитку аграрного сектору національної економіки. *Вісник Донбаської державної машинобудівної академії*. 2016. № 3(39). С. 42-47.

УДК 65

ЛОГІСТИЧНІ КОМПОНЕНТИ В СИСТЕМІ НОВОЇ ПАРАДИГМИ БІЗНЕСУ

АНДРІЙ УСТЕНКО, МАКСИМ ГОЛОБІН, ДМИТРОМЕЛЬНИК

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

В результаті розвитку системного підходу в науці і практиці домінує нова парадигма наукового мислення, які називають холістичною (цілісною). Від традиційної її відрізняють такі позиції:

- перехід від елемента (частини) до системи (цілого);
- від структури до процесу;
- від об'єктивної до епістемологічної (участь) науки;
- від будівлі до мережі як метафори знань: від абсолютної «істини» довідносного наближеного опису. (О.Г. Стариш, с. 8-9). Зміни економічної глобальної системи набувають значних прискорень і реалізуються в інформаційно-управлінській сфері, створюючи нову інформаційну цивілізацію де

висока інтенсивність обміну релевантною інформацією і конкурентними знаннями.

Саме зараз яскраво представлені типи організаційних культур в бізнесі стосовно керівництва, типологію яких розробив експерт сучасного менеджменту Ч. Хейлі, а саме:

1. Культура влади.

Влада зосереджена в центрі і розходитьса колами як павутиння від павука. Швидкість і якість рішень залежить від рівня культури і освіти головного менеджера. Сила і якість ресурсів важлива для «не павуків», а кар'єра та успіх виключено залежить від їх корисності центру (або павуку). За наближеність до головного менеджера можлива конкуренція і боротьба, а результативність бізнесу залежить від компетенцій «павука».

2. Культура ролі.

Влада зосереджена на двох перших ієрархічних рівнях або «дах храму» - вищий і середній рівень, де кожна колона храму – окрема функціональна сфера соціально-економічної системи (СЕС) з відповідною спеціалізацією, але координується «дахом». Усі функції стандартизовані як інструкції в бюрократії Вебера. Сила положення в просторі управління є головною, а культура доречна для консервативного оточення.

3. Культура задачі (сітка).

Головне для такої культури – виконання завдання, що вирішує певну проблему. Завдання бізнесу ускладнюються в часі і просторі, як і бізнес-організації. Складність СЕС має важливе значення для практики за такими критеріями: погана організація; неможливість математичного опису; відсутність цілеспрямованої стратегічної поведінки; множина елементів і зв'язків між елементами і рівнями. Структури трансформуються в органічні та інноваційні, схожими на матриці і мережі. Влада і результативність зосереджена на перетинанні «ліній мереж» як демонстрація компетентності і професіоналізму. Головною силою є експерт, який вічно вчиться і неухильно розвивається. Така бізнес-культура продуктивна для динамічного конкурентного середовища.

4. Культура особи (зіркова галактика).

Головна сила це синергія компетенцій і високого рівня духовності особи керівника, присутній широкий аспект багатогранних ролей і вмінь. Це керівник-стратег що мотивує персонал до нової якості. Люди – капітал, а не тільки ресурс. Максимально ефективна культура для творчих сфер і вузькоспеціалізованих проєктів.

Існує і антикультура низького рівня керованості і організованості, де зростає хаос і ентропія. Такі СЕС використовують скоріше так званий «антименеджмент» де влада для розвитку нікому особливо не потрібна і її може підібрати хто-небудь. Спеціаліст і особа не домінують і не є цінними. Прагнення влади заради влади при використанні ресурсів для власних цілей – особливі риси.

Неодмінними складовими конкурентних СЕС і їх менеджменту є використання системи наступних компонентів:

1. ЦІЛЕВИЗНАЧЕННЯ. Цілі по формі – стратегічні, тактичні, оперативні, а по змісту – економічні, технічні, технологічні, організаційні, управлінські, маркетингові тощо. Вимоги:

2. КАНОНИ – наукове обґрунтування проекту через інноваційну концепцію, стратегію та тактико-оперативну діяльність (програма маркетингу).

3. ПРОЦЕС - (від традиційного до стратегічного)- вибір конкретної цінності на ринку через дослідження (сегментація, позиціонування); маркетинговий менеджмент- створення цінності; передача цінності та її просування.

4. КОМПОНЕНТИ – потреби – товар – ціна – збут - просування – оточення – процеси (етами, операції, елементи) – зовнішнє конкурентне оточення.

5. ФУНКЦІЇ- основні (планування, організування, контроль); спеціальні (аналітичні, виробничі, управлінські); специфічні (процес прийняття рішень).

6. ЗАДАЧІ – виконання певної функції щодо елементу комплексу маркетингу (наприклад, планування нових товарів, організація реклами, контроль збуту).

7. СТРУКТУРА – як раціональна система вертикальних і горизонтальних зв'язків повинна бути органічною і гнучкою з фахівцями з дослідження ринку, стимулювання збуту, інноваційних товарів, конструювання реклами тощо.

Оцінка ефективності бізнесу вимагає системного підходу і потребує контролю на локальному рівні внутрішнього середовища (рівень, відділ, виконавець); корпоративний рівень (прибутковість, продуктивність, якість...); ринковий рівень (частка на ринку, конкурентоспроможність, місткість ринку...). П. Друккер нагадував що компанії, як правило, витрачають багато часу, оцінюючи рентабельність власних товарів, а не рентабельність власних споживачів, концентрація прибутковості – це споживач.

Список використаних джерел

1. Устенко А.О. Уніфікована інформаційно-керуюча система управління.(концептуальні основи і досвід створення). Монографія. ПЦ «Креатив». Івано-Франківськ. 338 с.

УДК 65

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ

АНДРІЙ УСТЕНКО, ВОЛОДИМИР ГУЦУЛ, ВОЛОДИМИР ПАНЬКОВИЧ

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
Україна*

Управління з точки зору сучасної інформаційної парадигми представляє вищу форму комунікаційної взаємодії, в процесі якого на базі досвіту, нагромадженого за еволюції організацій у вигляді закодованої інформації, яка зберігається в пам'яті, відбувається зміна характеристик руху соціально-економічної системи (величини енергії – швидкості і направленості руху – інформації).

Складність визначення пов'язано з ускладненням інформаційної взаємодії СУ – ОУ-ЗС. Основні постулати дозволяють встановити вектори оцінки сучасного управління в бізнесі:

- будь-яке управління є управління рухом, змінами;
- будь-яке управління і процес прийняття рішень заснований на якості інформаційного забезпечення, інформації, що зберігається в пам'яті системи, і реалізується з використання минулого досвіту і моделі майбутнього до якого необхідно привести організацію;
- будь-яке управління використовує як мінімум два каналу (або органу управління) – орган управління енергією і орган управління інформацією.

Енергія встановлює швидкість руху, інформація – стратегічний напрямок.

Ефективність є складною економічною категорією, що охоплює різні рівні господарювання і перебуває під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників. Показники можна представити у вигляді економічного ефекту, ефективності і результату. Усі вони відбивають ріст і розвиток СЕС, його здатність до прогресивних кількісних змін.

Ефективність виступає індикатором розвитку і його стимулом, визначається як здатність приносити ефект, результат і може оцінюватися як відношення до витрат, що його забезпечили..

Економічний результат – це абсолютне значення показника, що характеризує міру активності в тій або іншій сфері діяльності (дохід, виручка).

Економічний ефект – різниця між результатами економічної діяльності і витратами для їх отримання (валовий дохід, прибуток. [1. С.242-243].

Підвищення дієвості маркетингу припускає мінімізацію витрат СЕС, маркетингова ефективність еквівалентна прагненню до реалізації найбільш продуктивної формули бізнесу = вартість X якість X сервіс в процесі задоволення ринкових потреб. Підвищити ефективність можливо замінивши дорожчі канали розподілу менш дорогими, перевівши частину коштів зі сфери реклами в сферу паблікрейшнз, розширивши або скоротивши кількість характеристик товару, замінивши технологію на інноваційну тощо.

Головне не тільки висока продуктивність продаж, але й забезпечення прибутковості в довготривалій перспективі. Доречно тримати під контролем корпоративний розвиток, частку фірми на ринку, конкурентоспроможність, дохід від продажів, дохід на акцію, репутацію або бренд. Важливий не стільки масштаб, скільки вектор розвитку для лідерства.

Ефект від створення сучасний систем управління (інформатизація, глобалізація), як і ефективність від впровадження результатів дослідження доречно визначатись мірою участі в покращенню кінцевих результатів СЕС. З іншого боку ефект зростає через кількість точок де реалізуються розроблені наукові рішення.

Варто вказати на основні напрямки позитивного впливу інформатизації системи управління, яка може використовувати ці результати як першоджерело ефективності: вибір оптимальних технологічних процесів; інтенсифікація інноваційного виробничого процесу як цілісності; прискорення кругообігу виробничих фондів; мінімізація витрат і економічне зростання; оптимізація

запасів в контексті гармонізації всіх факторів і параметрів при створенні споживчої вартості і вартості СЕС.

Оцінюючи ефективність системи управління та її підсистем доречно встановити вплив на основні ТЕП в контексті реалізації певної концепції, стратегії і тактики, тобто комплексу завдань, що виникають перед керованою підсистемою в умовах гіперконкуренції.

Реалізуючи системно-ситуаційний підхід, зауважимо на таких аспектах сукупного ефекту: достовірності, інтеграційності, інформаційності, оптимізації, раціоналізації, соціальності і точності.

Список використаних джерел

1. Устенко А.О. Інформатизація управління виробничими процесами: монографія. – Івано-Франківськ: Факел. 2011. 220 с.

УДК 339/330.3:338.2

IMPLEMENTATION OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE DEVELOPMENT OF PUBLIC ADMINISTRATION

SVITLANA POKHYLKO, ANNA YEREMENKO

Sumy State University, Ukraine

Today, in most countries of the modern world, the digitalization of work, business, employees, education, and the public sector is and will be one of the main strategic tasks. And the development of digital control elements is reaching a high point. Digitization of public administration is the involvement and application of digital technologies in the spheres of public administration, namely, for example, the provision of administrative services, the formation of effective state mechanisms for the implementation of state policy in all spheres of society [1].

This topic has become the object of many scientific works and was explained in the works of foreign scientists, such as M. Lundqvist, H. Margetts, V. Ganesan, and domestic scientists, such as O. V. Karpenko, V. V. Namestnik, A. Shymanska. V., Yu. P. Bityak, V. R. Bila, O. I. Mykolenko, S. G. Stetsenko, O. P. Golubytskyi, V. Dreshpak, N. Hrytsyak. Also, a huge number of scientists continue to develop and research this topic, because every year the development of digital elements and technologies takes place.

Digital technologies are designed to make the work of employees, users and owners of businesses and government bodies as easy as possible. Technologies that can and are already having an exciting impact on life in 2023 are shown in Figure 1 [2].

And digitalization in public administration is gaining momentum and is used in traditional practices and mechanisms, such as the transfer of state services to electronic form, new tools of state communication, providing documents via the Internet, the formation of sustainable cooperation between state authorities and citizens through electronic services, etc. [4].

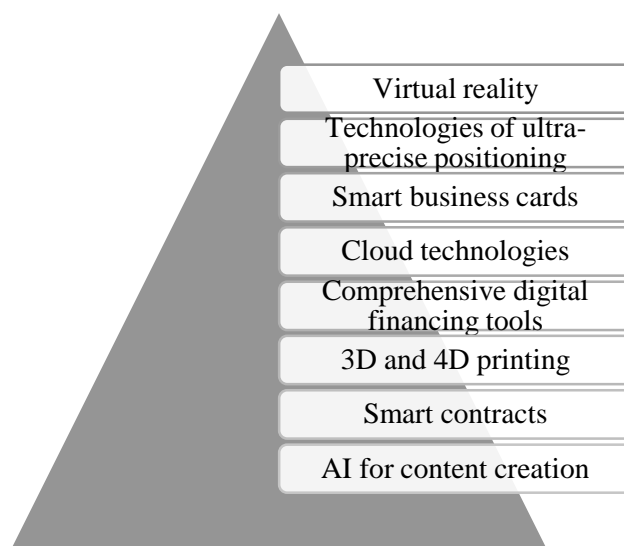


Figure 1 – Digital technologies that can affect the life of the state, business, and work itself in 2023 [2]

Based on the collected data, Table 1 was created, which shows the most significant advantages and disadvantages of digitalization in public administration.

Table 1

Advantages and disadvantages of using digital technologies in public administration [4]

Advantages	Disadvantages
<p>equal access to services, information and knowledge provided on the basis of digital technologies, effectiveness and efficiency, quality and value of public, public and personal activities, new opportunities for socio-political inclusion of citizens, openness, transparency, accountability of authorities and participation of citizens in creation and policy implementation become the basis for good governance, and digital technologies make these processes accessible and simple.</p>	<p>digital transformation of public administration processes may lead to a reduction in the number of civil servants and local self-government officials, i.e. jobs.</p>

Even when the COVID-19 pandemic began, as well as with the full-scale Russian war on the territory of our country, the topic of digital transformation of public administration processes became important. Therefore, in the coming years, the relevance of digitization will also exist in government institutions and in the research of scientists.

References

1. LukinS.(2020). Suchasniaspekticifrovizacijipublichnihprostoriv. *Aspekti publichnogo upravlinnya*. № 1. pp. 91–93.
2. YakushenkoK.V., ShimanskaA.V. (2017). CifrovatransformacijainformacijnogozabezpechennyaupravlinnyaekonomikoyuderzhavchlenivYeAES. *Novini nauki i tehnologij*. № 2 (41). pp. 11—20.
3. CifrovaadzheniaUkrayini – 2020. Kiyiv. URL: <https://ucci.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>

4. Mahnachova N. (2018). E-demokratiya yak instrument rozvitku gromadyanskogo suspilstva ta efektyvnogo partnerstva v publichnij sferi. *Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvitok*. № 10.

УДК 69.003:332

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

ВІКТОРІЯ ЄФРЕМЕНКО, ОЛЕКСАНДРА ПЕТРІЧ

Донбаська національна академія будівництва і архітектури, Україна

В контексті викликів післявоєнної відбудови України та її становлення як розвинутої держави постає питання глибокої модернізації країни, яке торкнеться кожної сфери економіки та суспільства. Векспертних колах вже сьогодні намагаються планувати масштабне відновлення з урахуванням особливостей держави, в тому числі у довгостроковій перспективі розглядають модельні принципи післявоєнного відновлення світових країн для використання в Україні.

Аналізуючи цей досвід становиться зрозумілим необхідність застосування знань та нових підходів структурної відбудови країни, насамперед, в галузі архітектури та будівництва.

Враховуючи кризове економічне становище України (зниження ВВП на 30%) корисним вбачається використання досвіду розвинутих країн світу в питанні повторного застосування будівельних відходів.

Однак, враховуючи реальність повільного застосування новітнього досвіду є загроза його довгострокового впровадження. Звісно, що в Україні, чинники, зумовлені війною, вдарили по внутрішньому ринку будівельних матеріалів, суттєво зменшили його масштаб. На сьогодні в країні лівова частка підприємств має складну ситуацію з оборотними коштами та резервами, які вичерпались за рік.

Загалом у 2022 році великий відсоток підприємств був змушений обмежити виробництво або взагалі призупинити його, зважаючи на інтенсивні обстріли, високу вартість газу та низький попит на ринку частина підприємств, які виробляли сировину та будівельну продукцію для українського та європейського ринків - повністю зруйнована. Як приклад, падіння темпів виробництва клінкерної цегли в Україні зумовлена активними бойовими діями у Донецькій області, де знаходяться основні поклади тугоплавких глин, що виступають сировиною для неї, також йдеться про завод із виготовлення мінеральної вати у Житомирі, будівельних сумішей - на Донеччині, металоконструкцій та інших будівельних матеріалів - у Маріуполі та інші [1].

Тож сировину та матеріали, які ще донедавна виготовляли українські виробники, доводиться імпортувати, що також впливає на собівартість

будівництва. Загалом ціни на будматеріали впродовж 2022 року піднялись у середньому на 60%, роботи - на 30% та продовжуватимуть свій ріст відповідно до росту курсу валют, інфляції [2].

Крім того, обсяги імпорту/експорту матеріалів обмежені, оскільки лівова частка портів не працює, а сухохідльні маршрути не дозволяють наростити такі ж масштаби товарообігу.

Цьогоріч одна з позитивних змін у будівництві, яка сприятиме покращенню ситуації на ринку - це відновлення роботи будівельних підприємств, які через нестачу електроенергії зупинили свої процеси. Цьому сприяє поступове відновлення системи й ефективна протиповітряна оборона від повторних ударів по енергооб'єктах.

Також, нещодавно були ухвалені дієві програми з компенсації за зруйноване або пошкоджено майно на державному та місцевому рівнях. Декілька з таких програм вже почали реалізувати по країні, але поки що їх недостатньо, щоб змінити ситуацію. Однак у перспективі - вони могли б позитивно вплинути на динаміку ринку будівництва.

Треба пам'ятати про виклики, вирішення яких є передумовою для сталого розвитку будівельної галузі. Перш за все, йдеться про дефіцит будівельних матеріалів, які раніше імпортували з росії (скло, а також вироби з цементу, азбесту, гіпсу тощо), або виробництво яких зруйновано.

Тому важливо передбачити відновлення потужностей, а також можливість інвестицій в нові підприємства. У зв'язку з чим, наразі доцільно розглянути процес утилізації та використання будівельних матеріалів повторно, особливо це стосується утворених з причин масових руйнувань інфраструктури. Не забуваємо про сотні тисяч тон будівельних відходів, для яких вже не вистачає місця на полігонах. Загалом вони розміщуються на спеціально визначених сміттєзвалищах і полігонах площею, яка дорівнює 8500 га. На сьогодні для швидкого вирішення проблеми створюють нові тимчасові місця складання сміття. Українські сміттєві полігони не розраховані на такі об'єми будівельного сміття відходів [3].

Хоча переробка будівельних відходів є однією із прибуткових галузей в світі, експерти та стейкхолдери передбачають виникнення найближчим часом основної проблеми - екологічного поховання будівельних відходів, пов'язаною із збільшенням будівельних відходів кожного року.

Звісно, аналізуючи досвід розвинутих країн світу, можна побачити забезпечення питань утилізації на державному рівні, які керуються перш за все принципами безпеки (наприклад, заборона будівельних звалищ в деяких країнах). За рахунок чого досягають частки переробки будівельних відходів 50% від загального обсягу виробництва будматеріалів. Також, використовуючи новітні технології та вдосконалену законодавчу базу, дуже високого рівня переробки будівельних відходів змогли досягнути такі країни, як Данія, Голландія, Швеція (переробляють понад 90% відходів) [3].

Корисним рішенням вважається нове життя для вторинної сировини, яка володіє низькою вартістю і застосовується обмежено. Так, наприклад, бетон, що

переробляється в щебінь, може використовуватися в якості засипки важкодоступних місць (боліт, котлованів), доріг, будівництві, арматурі.

Водночас, більшість будівельних підприємств нашої країни зацікавлені у вивезенні будівельних відходів та їх захороненні, ніж у їх переробці. Це пов'язано насамперед із збільшеною вартістю, часом, складним адмініструванням процесу переробки. Тому питання здоров'я людей, екології, майбутнього відходять на другий план або взагалі не враховуються. Шлях до впровадження рециклінгу повинен базуватися на законодавчому та економічному підґрунті, а саме на повноцінній здоровій конкуренції.

Беручи за приклад досвід Західної Європи, яка почала вирішувати питання із будівельними відходами після Другої світової війни, можна побачити, що європейці зробили упор на вторинну переробку відходів за рахунок створення спеціального обладнання для демонтажу та переробки. Це мало позитивний відгук при будівництві хмарочосів замість старих або зруйнованих будівель. В тому числі, погляд неурядових організацій та ООН до очищення завалів після надзвичайних ситуацій (природних та рукотворних катастроф) характеризується серйозним ставленням. Вони закликають країни змінити підхід до відбудови місць та відноситися до руїн як до цінного ресурсу[4].

Отже, європейський досвід показує успішні результати від повторного застосування будівельних відходів, що буде особливо корисно при відбудові України. Важко переоцінити вигоду від впровадження заходів повторного використання відходів. Результатом стане позитивний екологічний, економічний та соціальний ефект. Це стосується відкриття нових підприємств, створення нових робочих місць, зменшення відходів на звалищах.

Відновлення будівництва позитивно вплине на життя населення та поліпшить післявоєнну економіку країни: забезпечить робочими місцями, сприятиме нарощуванню обсягів виробництва матеріалів та відкриттю нових підприємств. Тож потрібно бути готовими до відбудови, розуміти виклики та почати працювати над ними заздалегідь.

Цивільнетапромисловебудівництво завжди буде основною потребою людини. Особливо зараз втаки тяжкі часи для нашої країни, коли потрібне відновлення відбудови житлового фонду, інфраструктури багатьох міст, доріг та інше. Будівельна галузь України сьогодні потребує залучення нових інноваційних підходів та технологій будівництва, які допоможуть нашій країні вийти на новий європейський рівень.

Список використаних джерел

1. Назар Бенч. В умовах війни: що відбувається у будівельному секторі.
URL: <https://interfax.com.ua/news/blog/896001.html>
2. Юрій Городніченко. Відбудувати краще, ніж було: основні принципи відновлення України. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/12/13/694934/>
3. Сергій Кучеренко. Підняти з руїн: що робити із залишками розбомблених будинків. І чому будівельне сміття не можна просто «поховати» на звалищі.
URL: <https://mind.ua/publications/20242694-pidnyati-z-ruyin-shcho-robiti-iz-zalishkami-rozbomblenih-budinkiv>

УДК 005.93:631.1

**ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ БІЗНЕС МЕНЕДЖМЕНТУ ЯК ФАКТОР
ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ:
ДОСВІД НІМЕЧЧИНИ**

ЛАРИСА КАЛАЧЕВСЬКА¹, МАРІЯ СТЕЦЕНКО²

¹Сумський національний аграрний університет, Україна

²Університет прикладних наук Вайєнштефан-Тріздорф, Німеччина

Розробка та випуск нової конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції, впровадження у виробництво прогресивних високотехнологічних процесів стає можливим завдяки інноваційному розвитку в аграрному секторі, що визначає перехід на якісно новий рівень. Однією з важливих характеристик сучасної економіки є зміни взаємозв'язку науки, технологій і економічного росту.

Теоретичним та практичним аспектам інноваційної діяльності підприємств присвятили наукові праці видатні іноземні вчені П. Друкер, Б. Твісс, Й. Шумпетер та вітчизняні науковці, зокрема Бажал Ю.М., Гудзь О.Є., Єрмаков О.Ю., Ілляшенко С. М., Курило Л.І., Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Россоха В.В., Федулова Л.І., Шпикуляк О.Г. Проте недостатньо розкритий взаємозв'язок інноваційної активності підприємства з його конкурентоспроможністю на ринку.

Термін «інновації», як економічну категорію, ввів у науку австрійський економіст І. Шумпетер. Саме він одним з перших вивчав інноваційні процеси та пов'язані з ними наслідки. Сучасні науковці: Ф. Ясен, Ю. Морозов, інноваціями вважають прибуткове використання нових технологічних засобів. Б. Санто стверджує, що інновація це створення та реалізація конкурентоспроможних технологічних переваг. Серед українських науковців, що вивчають питання інновацій відомі: С. І. Кравченко, О. Ю. Шилова та В. М. Хобта [1].

Мета дослідження полягає в науково-методичному обґрунтуванні інноваційної діяльності як фактору підвищення конкурентоспроможності підприємств Німеччини.

У 2021 році витрати на дослідження та розробки в Німеччині досягли нового максимуму. Як повідомляє Федеральне статистичне відомство (Destatis), за попередніми даними, порівняно з попереднім роком вони зросли на 5,6 % до 112,6 мільярда євро. Таким чином, довгострокова тенденція зростання витрат на дослідження та розробки продовжилася. Тенденція була перервана лише у 2020 році, коли витрати впали на 3,4 млрд євро (-3,1%) до 106,6 млрд євро порівняно з 2019 роком. Ці цифри включають всі витрати на дослідження і розробки в державних і фінансованих державою установах, в університетах і в промисловості [2].

Протягом багатьох десятиліть Федеральне міністерство економічного співробітництва та розвитку виділяє значні кошти на дослідження, орієнтовані на розвиток сільського господарства. Наразі це до 27 мільйонів євро на рік [3].

Таблиця 1

Динаміка витрат на наукові дослідження та розробки у Німеччині, млн євро

Звітний рік	Разом витрат
2014	84 247
2015	88 782
2016	92 174
2017	99 554
2018	104 669
2019	110 025
2020	106 583
2021	112 563

Джерело: опрацьовано автором на основі [2]

Вже сьогодні наслідки зміни клімату та нераціонального ведення сільського господарства збільшують тиск на природні ресурси, такі як ґрунт, вода та біорізноманіття. Більше того, багато продуктів харчування вже втрачається на полях або після збору врожаю через хвороби рослин чи шкідників.

Щоб відповісти на ці виклики, дрібні фермери в країнах, що розвиваються, потребують інноваційних технологій, покращених сортів рослин та знань про сталі практики вирощування сільськогосподарських культур. Це завдання для міжнародних наукових досліджень у сфері сільськогосподарської галузі, які Федеральне міністерство економічного співробітництва та розвитку (BMZ) підтримує в рамках німецької співпраці з метою розвитку.

Поштовх до інновацій може надходити з різних сфер. Вузкоспеціалізовані вдосконалення існуючих систем, так звані інкрементні зміни, часто надходять від фермерів і садівників або у діалозі з консультантами та постачальниками. Крім того, суспільні запити та пов'язані з ними вимоги щодо захисту довкілля, добробуту тварин та захисту прав споживачів стимулюють інновації в середньостроковій та довгостроковій перспективі, оскільки рішення розробляються у співпраці між наукою та практикою.

Як правило, фермери та садівники не мають власних дослідницьких відділів, а покладаються на різні галузі-постачальники. Вони розвиваються власними силами переважно поступовими удосконаленнями та за допомогою існуючих технологічних шляхів, оскільки обмеженість ринкового потенціалу та довгі амортизаційні періоди призводять до високих витрат на дослідження і розробки. Крім того, на початку інноваційного процесу часто неможливо з упевненістю оцінити, чи можна впровадити продукт або процес. Чим далі просуваються розробки, тим важливішою стає оцінка того, чи може бути досягнута значуща практична користь. Зрештою, корисність у практичних умовах має бути доведена. Для цього необхідна активна участь промисловості, як постачальників, так і користувачів, тобто фермерів [4].

Інноваційні технології відіграють провідну роль у вдосконаленні виробничого процесу, тобто створюють основні конкурентні переваги. Як зазначив визнаний фахівець в області вивчення економічної конкуренції М. Портер, технологічні зміни все більш розглядаються як мають самостійну цінність, і будь-яке технологічне нововведення, яке застосовує фірма, розглядається як позитивний фактор [5, с. 592]. Оскільки інновації є найважливішим засобом забезпечення економічного зростання, конкурентоспроможності та фінансової стабільності будь-якого підприємства, то високих результатів вони можуть досягти лише за систематичного і цілеспрямованого здійснення інноваційної діяльності, яка спрямована на реалізацію нових можливостей.

Ефективність інноваційної діяльності підприємства визначається перш за все узгодженням систем інвестування, оподаткування, кредитування, які функціонують у інноваційній сфері наукових розробок. У сучасних умовах розраховувати на великі прибутки підприємства можуть тільки тоді, коли вони випереджають конкурентів в освоєнні досягнень науково-технічного прогресу. А це досить важко. Ризиковий характер інноваційної діяльності потребує компенсації через достатні інвестиції у певний вид діяльності [6, с. 163].

Отже, можна зробити висновок, що інноваційна діяльність беззаперечно є одним із основних чинників успіху підприємства. Підприємці які готові прийняти ризики, які є невід'ємною складовою інноваційної діяльності швидше досягають конкурентних переваг і значно підвищують економічну ефективність діяльності підприємства.

Список використаних джерел

1. Абдалян Л. Н. (2013). Дні теорії і практики інвестування / Матеріали внутріузовської навчальної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених. Донецьк: ДонНТУ.
2. Statistisches Bundesamt. (2023, 8 березня). Interne Ausgaben für Forschung und Entwicklung nach Sektoren und Berichtsjahren. Retrieved from <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Forschung-Entwicklung/Tabellen/forschung-entwicklung-sektoren.html>
3. Федеральне міністерство економічного співробітництва та розвитку. (2022). Інновації у сільськогосподарській та харчовій промисловості Retrieved from <https://www.bmz.de/de/themen/ernaehrungssicherung/agrarforschung-innovationen-innovationen-agrarwirtschaft-39214>
4. Dr. habil. Thomas Engelke. (2018). Deutsche Innovationspartnerschaft Agrar. Retrieved from https://www.ble.de/DE/Projektfoerderung/Foerderungen-Auftraege/Innovationen/Deutsche-Innovationspartnerschaft-Agrar/deutsche-innovationspartnerschaft-agrar_node.html
5. Мазнева Г. Є. (Ред.). (2015). Інноваційні ресурсозберігаючі технології: ефективність в умовах різного фінансового стану агроформувань. Харків: «Майдан».
6. Левченко Ю. Г. (2012). Економіка й організація інноваційної діяльності: курс лекцій «Економіка підприємства» для всіх форм навчання. Київ: НУХТ.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

СЕРГІЙ КОБ'ЯКОВ

Херсонський національний технічний університет, Україна

Довготривала ефективна робота будь-якого підприємства, його економічне зростання визначаються правильним вибором стратегічних орієнтирів, що дозволяють найкращим чином реалізувати потенційно –технічний і людський капітал та інші ресурси.

Зараз важливим є здійснення такого управління, яке забезпечує адаптацію фірми до швидко мінливих умов ведення бізнесу. Прискорення змін у навколишньому середовищі, поява нових запитів і зміна позиції споживача, зростання конкуренції за ресурси, інтернаціоналізація бізнесу, поява нових несподіваних можливостей для бізнесу, що відкриваються досягненнями науки і техніки, розвиток інформаційних мереж, широка доступність сучасних технологій, зміна ролі людських ресурсів, а також ряд інших причин призвели до різкого зростання значення формування програми стратегічного управління.

В даний час на будь-якому підприємстві є необхідність вибору стратегії розвитку, яка була б виражена у вигляді загального стратегічного плану спрямованого на розвиток фірми. Тобто, стратегічна програма розвитку – це основа в управлінні підприємством, яка повинна забезпечувати сталий економічний розвиток підприємства, підвищення конкурентоспроможності продукції, що ним виготовляється і послуг що надаються.

Сьогодні розробка та реалізації програми розвитку підприємства є необхідною умовою для виживання в сучасних умовах господарювання. Програма розвитку підприємства визначає стратегію компанії, її мету діяльності та основні цілі. Стратегічне планування задає перспективні напрямки розвитку підприємства, визначає основні види його діяльності, дозволяє пов'язати в єдину систему маркетингову, проектну, виробничу і фінансову діяльність. Стратегічний план забезпечує адаптацію підприємства до зовнішнього середовища, до розподілу ресурсів і внутрішню координацію діяльності з метою виявлення сильних і слабких сторін.

Стратегія визначає, як компанія повинна пристосуватися до оточення і використовувати свій організаційний потенціал. На основі аналізу ситуації, в бізнесі ситуації, стратегії керівників компанії і оцінки організаційних навичок персоналу будується комплексна програма розвитку підприємства.

Важливою частиною програми є створення в організації механізму її реалізації та оцінка можливих варіантів розвитку бізнесу з розробкою відповідних сценаріїв дій.

На відміну від бізнес-проекту розвитку, який відображає поточні процеси підприємства, програма розвитку більше спрямована на майбутнє і є документом, що складаються для самого широкого користування.

Програма розвитку – це образ майбутнього підприємства, тому він складається на 5-10 і більше років залежно від цілей, поставленими власниками або керівництвом підприємства.

Програма важлива для розуміння керівниками та фахівцями підприємства планів їх дій і порядку взаємодії з іншими підрозділами.

Програма може бути використана для залучення інвестицій і кредитів, а також для її презентації місцевим органам державної влади.

Для розробки програми розвитку потрібно:

- провести аналіз інвестиційної привабливості та сценаріїв розвитку галузі, в якій діє підприємство;
- зробити прогноз зміни кон'юнктури попиту та пропозиції на внутрішніх і зовнішніх ринках;
- провести аналіз конкурентної позиції підприємства;
- розробити сценарії розвитку підприємства;
- розробити план з реалізації програми розвитку.



Рисунок 1 Загальна модель побудови програми розвитку підприємства
Джерело : розробка автора

Зміст програми розвитку включає в себе: місії та цілі підприємства, результати аналізу галузі, ринку, конкуренції, сценарії оптимального розвитку, результати реалізації програми та прогноз фінансового стану підприємства.

В подальшому, розроблена програма розвитку підприємства може бути застосованою для залучення стратегічних інвесторів, випуску цінних паперів, планування діяльності, організації партнерів. А також, на підставі програми розвитку розробляються конкретні інвестиційні та бізнес-проекти для інвесторів та кредиторів.

Програма розвитку підприємства має включати в себе такі елементи: основні цілі та принципи формування програми; діагностичний аналіз існуючої ситуації, стартові умови програми; основні напрямки та завдання програми, основні принципи розвитку підприємства; стратегія розвитку; система управління та

організаційна структура підприємства; організаційна структура та бізнес-процеси.

Плани реалізації окремих напрямків програми: маркетинг і збут; фінанси, управлінський облік; виробництво; освоєння нової продукції; інвестиційна політика та інвестиційні проекти; інформатизація процесів управління діяльністю; персонал, управлінська команда, корпоративна культура; інноваційна політика, активний розвиток підприємства; умови, форми і механізми реалізації програми; перспективи реалізації програми та варіанти (сценарії) розвитку подій; додатки; результати.

Комплексна програма реформування і розвитку підприємства повинна обов'язково включати в себе механізм її реалізації та сценарії подальшого розвитку подій.

Мета програми розвитку організації полягає у відповіді на 3 важливих питання:

- 1) У якому положенні підприємство знаходиться в даний час?
- 2) У якому становищі воно хотіло б знаходитися через 1, 5, років?
- 3) Яким способом досягти бажаного результату?

Для вирішення першого питання необхідна інформаційна основа з відповідними даними для аналізу минулих, теперішніх і майбутніх ситуацій. Друге питання відображає таку важливу особливість для стратегічного управління, як його орієнтація на майбутнє. Необхідно визначити до чого прагнути, які ставити цілі. Третє питання пов'язаний з реалізацією вибраної стратегії в програмі, в ході якої може відбуватися коригування двох попередніх етапів.

Отже, розробка програми діяльності та розвитку підприємства є першим етапом стратегічного планування, яке представляє собою здійснення управлінської діяльності зі створення та підтримання стратегічної відповідності між цілями компанії, її потенційними можливостями і шансами. Завдання керівництва фірми – створити господарський механізм, що забезпечує найбільш швидку її адаптацію до зовнішніх умов. Це дозволить зменшити невизначеність і ризик у господарській діяльності і забезпечити концентрацію ресурсів на обраних пріоритетних напрямках. Розробка і реалізація стратегії – це найважливіша функція керівників фірми вищої ланки управління.

Список використаних джерел

1. Москаленко В.В. Моделі та методи стратегічного управління розвитком підприємства: монографія / В.В. Москаленко, М.Д. Годлевський. – Харків: Видавництво «Точка», 2018. – 208 с.

2. Малюта Л.Я. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства: навчальний посібник / Л.Я. Малюта. – Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2016. – 232 с.

3. Вовк В.М. Моделювання економічних процесів підприємства: монографія / В.М. Вовк, Н.І. Камінська, С.С. Прийма. – Дрогобич: Коло, 2011. – 448 с.

ТРУДНОЩІ ТА МОЖЛИВОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

НІНА КУРЕДА, ДАНИЛО АЛЕКСЕЄНКО

Хортицька національна академія, Україна

Російське вторгнення в Україну завдало значної шкоди вітчизняному бізнесу, знищивши низку підприємств, деякі скоротили свою діяльність через втрату чи ускладнення доступу до сировинних ресурсів та ринків збуту, вимушену міграцію виробничого персоналу, частина підприємств вимушено переїхала до більш безпечних західних регіонів України, щоб захистити працівників, зберегти обладнання і перезапустити свою діяльність. Так, з початком було втрачено приблизно 27 % обсягів реалізованої продукції машинобудування довоєнного часу через зупинку або руйнацією підприємств у зонах бойових дій: суднобудування — Миколаївська і Херсонська обл., танкобудування — Харківська обл., повністю зупинено виробництво практично на всіх найбільших підприємствах металургійної галузі (комбінат «Азовсталь» і Маріупольський металургійний комбінат ім. Ілліча), хімічної галузі –Северодонецьке об'єднання «Азот» і ПАТ «Сумхімпром» та інші.[1]

У порівнянні з першими місяцями війни на кінець 2022 року вітчизняний бізнес поступово стабілізується, хоча труднощі відновлення діяльності не подолані. Дослідження Європейського банку реконструкції та розвитку (ЄБРР) підприємницької діяльності в Україні показало, що:[2]

-57% опитаних бізнесів продовжують працювати так само, як і до війни, 6% призупинили свою діяльність, а 37% скоротили обсяги своєї діяльності;

-в умовах війни у більшості опитаних підприємств період планування діяльності скоротився з декількох років до одного місяця, 68 % опитаних вказала на неможливість прогнозування й розробки довгострокових стратегій через невизначеність, хоча частина підприємств все таки продовжують розробляти короткострокові прогнози і стратегії.

- щодо економічних умов ведення бізнесу та його результативності, то опитувані підприємці виділили наступні ключові проблеми діяльності: зниження платоспроможного попиту і втрату традиційних ринків збуту (77% опитаних), збільшення витрат (70%), зниження продуктивності праці (68%), та відсутність можливості підвищення оплати персоналу (55%), порушення ланцюжків постачання (52%, а в промисловості - 67%). У результаті дохід бізнесу зменшився в середньому на 43%, а кількість робочих місць – на 22%.

Для відновлення та підтримки бізнесу в Україні в умовах війни застосовується система заходів, зокрема: у 2023 році запущено:

-Компенсація за працевлаштування ВПО (За кожного працевлаштованого з числа внутрішньо переміщених осіб держава виплачує роботодавцю компенсацію у розмірі мінімальної заробітної плати (6 700 грн) впродовж 2 місяців).

-Введення єдиної платформи цифрової взаємодії для допомоги в релокації бізнесу.

-офіційний сайт програми «Робота», на якому можна ознайомитись з умовами участі по кожному грантовому конкурсу та подати заявку на отримання гранту від держави, щоб запустити власну справу або розширити свій бізнес (програма мікрогрантів, програма грантів «Свій сад» та «Своя теплиця», у стадії розробки: Старт в ІТ на навчання в сфері ІТ, ІТ-стартап).

- освітні програми для власників мікро-, малого та середнього бізнесу Європейського Союзу та від Програми розвитку ООН (ПРООН) в Україні запропонували участь у тренінгах із розвитку підприємництва та бізнес-навичок для постраждалого від війни населення України з метою підвищити підприємницьку активність жителів Вінницької, Дніпропетровської, Закарпатської, Львівської, Миколаївської, Полтавської, Сумської та Чернігівської областей;розпочинають серію вебінарів та онлайн-зустрічей для підприємців із залученням бізнес-експертів; ЄС «EU4Business конкурентоспроможність та інтернаціоналізація малого та середнього бізнесу» та Києво-Могилянська бізнес-школа запустили програму (фінансується урядом Німеччини) безкоштовних консультацій для українських компаній у ланцюжку постачання агропродукції, запрошуються представники мікро-, малого та середнього бізнесу, органів місцевого самоврядування, які працюють із бізнесом, а також громадських організацій і бізнес-об'єднань.

- програми надання грантів на розвиток бізнесу українським підприємцям, наприклад, Програма EU4Business надає гранти на розвиток бізнесу до 400 тис. грн (10 тис. євро) українським малим і середнім підприємствам із постраждалих від війни у Чернігівській, Сумській, Харківській, Херсонській, Миколаївській, Запорізькій, Донецькій, Луганській, Одеській, Дніпропетровській, Полтавській, Кіровоградській та Київській областях та мають потенціал для швидкого розширення виробництва. Прийнятними сферами діяльності є постачання та/або виробництво харчових продуктів або підтримка виробників/постачальників харчових продуктів (наприклад, виробництво промислових холодильних чи вентиляційних систем).

Маркетплейс фінансових можливостей для бізнесу на Дія.Бізнес, наприклад Грантові програми «Робота – Грант для ветеранів та членів їхніх сімей»;Регіональні програми – Програма розвитку малого та середнього підприємництва Вінницької міської територіальної громади на 2021-2023 рр., Програма антикризової підтримки громади на 2023 р. (Компенсація ЄСВ для створення нових робочих місць суб'єктами господарювання Вінницької міської територіальної громади); Для покращення бізнес-клімату в Чернівецькій області: Надання релокованим підприємствам компенсації частини вартості орендної плати за орендовані виробничі приміщення та вартості виробничого обладнання, придбаного на умовах кредитного договору з банківськими установами, Надання суб'єктам малого та середнього підприємництва компенсації вартості енергоефективного обладнання, придбаного на умовах кредитного договору з банківськими установами,Для розширення доступу МСП до фінансових ресурсів – комплексна програма розвитку МСП у Чернівецькій області на 2023 – 2024 роки на надання МСП компенсації частини вартості обладнання, що забезпечує акумуляцію і генерацію енергії, для забезпечення роботи в умовах енергетичної кризи; Надання

на конкурсних засадах фінансової підтримки суб'єктам малого та середнього підприємництва у Хмельницькій області: Програма «Створення сприятливих умов для подальшого розвитку малого і середнього підприємництва, забезпечення зайнятості населення, підвищення конкурентоспроможності продукції малих і середніх підприємств», Для створення додаткових можливостей доступу МСП до фінансових ресурсів у Одеській області - Програма розвитку та підтримки малого і середнього підприємництва в Арцизькій міській територіальній громаді на 2022-2024 роки та інші.[3].

Список використаних джерел

1. Про оцінку економічних втрат України внаслідок ...URL: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/handle/08-HeuyetsPDF>
2. Вплив війни на українські підприємства: 57% бізнесів. URL: <https://euneighbourseast.eu/news/latest-news/vplyv-...>
3. Підтримка бізнесу в умовах війни <https://business.diaa.gov.ua/wartime>

УДК 338

ІМІДЖ ЯК СКЛАДОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

НАДІЯ ФРОЛЕНКОВА, ІННА МИРОНЮК

Національний університет водного господарства та природокористування, м. Україна

Сьогодні усі компанії розуміють, що для ефективної комунікації з цільовою аудиторією надзвичайно важливо налагодити канали просування контенту через мережу Інтернет. Адже це можливість не тільки збільшити напрямки та географію збуту, а й напряду комунікувати зі своїми клієнтами – розуміти їхні бажання, проблеми чи невдоволення. Ці показники допомагають сформувати позитивний чи негативний імідж компанії, що є важливим аспектом для подальшого позиціонування на ринку.

Контент, що публікує підприємство в інтернет-середовищі, є чи не найважливішим аспектом у формуванні його іміджу. Існує багато випадків, коли одна невдала картинка чи жарт псували усі попередні здобутки підприємства в очах покупців, що призводило до критичного зниження рівня лояльності, а відповідно і продажів. Воно й не дивно, адже приймаючи рішення про вибір компанії клієнт сьогодні має можливість знайти її контент, відгуки споживачів про якість товару чи професійність надання послуг.

Саме тому якість, кількість та методи просування контенту, що публікується від імені організації, відіграє одну з вирішальних ролей в процесі формування її іміджу, а отже – позиціонування на ринку та зростанні конкурентоспроможності.

Імідж організації – це образ організації в уявленні потенційних зацікавлених споживачів. Задачі іміджу:

- підвищення престижу фірми;
- підвищення ефективності просування і реклами;

- полегшення введення на ринок нового продукту чи послуги, адже до фірми з позитивним іміджем довіра клієнтів вища;
- підвищення конкурентоспроможності;
- формування бренду за необхідності.

Загальний імідж організації є сумою наступних складових (рис. 1).

Формування іміджу підприємства – це результат умілого використання різних технологій та інструментів задля впливу на суспільство, громадян, використання методів і принципів, які допомагають компанії досягти поставлених цілей.

В загальному вигляді технологія формування іміджу – це сукупність (система) процесів, правил, прийомів, інструментів, методів отримання, обробки певної інформації для досягнення бажаного результату.

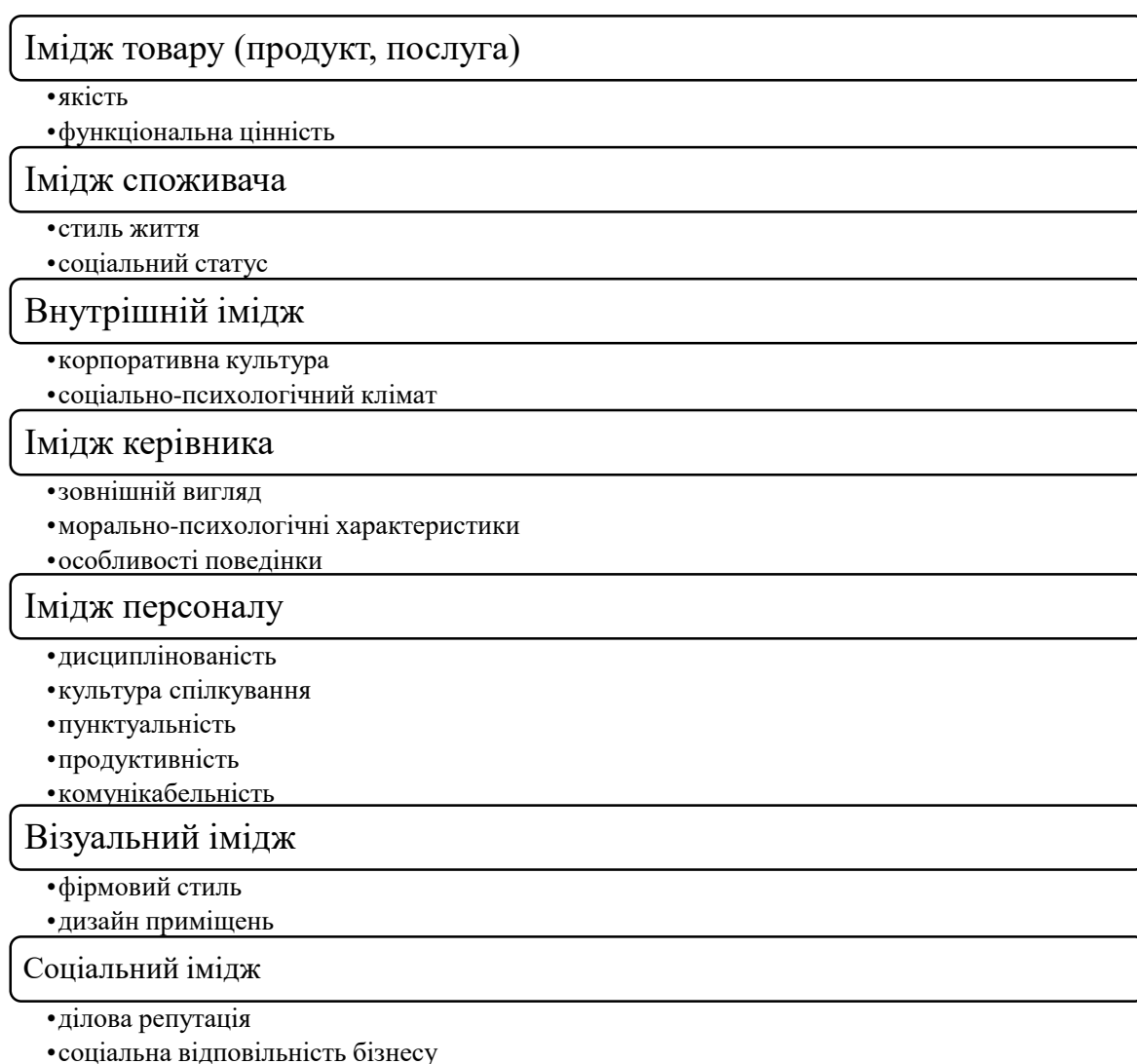


Рисунок 1 Складові іміджу організації

Джерело : розробка авторів

При використанні технологій формування іміджу метою є досягнення позитивного іміджу, який привертатиме увагу стейкхолдерів компанії, прискорюватиме процес прийняття, а найголовніше – збільшувати частку цільової

аудиторії, що в майбутньому дозволить збільшити не лише фінансові, а й інформаційні, людські та інші матеріальні ресурси для організації. У вузькому розумінні технології формування іміджу організації представляють собою арсенал традиційних для роботи з іміджем інструментів і заходів.

Різні автори, що вивчають теорії та проблематику іміджу, пропонують свої технології щодо його формування. Характер використовуваних технологій формування іміджу організації безпосередньо залежить від виду діяльності, особливостей продукту і послуг, ресурсних можливостей.

Висновок: успіх будь-якої організації залежить від багатьох факторів, у тому числі від сформованого іміджу. В умовах високої конкуренції реальною стає потреба виділитися серед собі подібних, здобути певну популярність і репутацію. Формування іміджу підприємства – це результат умілого використання різних технологій та інструментів.

Список використаних джерел

1. Імідж організації. [Електронний ресурс].- Режим доступу: https://stud.com.ua/60477/psihologiya/imidzh_organizatsiyi
2. Імідж організації: поняття, формування, елементи, тактика, вплив. [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://osvita.ua/vnz/reports/management/13736/>
3. Колодка А.В., Ілляшенко С.М. Імідж організації як економічна категорія: сутність зміст, основні етапи формування / А.В. Колодка, С.М. Ілляшенко // Прометей. 2012. №2(38). С.164-170.
4. Сучасні підходи до формування іміджу організації [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/2-10/14.pdf>

УДК 658.7:355.001.4

ВПЛИВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НА ПРОЦЕС ВИРОБЛЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ДЕРЖАВНИХ ОБОРОННИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

ЄВГЕНІЯ МІЩУК

Криворізький національний університет, Україна

Вплив сталого розвитку на процес вироблення управлінських рішень на державних підприємствах може бути суттєвим і сприяти більш ефективному управлінню підприємствами. Перш за все, як загальновідомо, сталий розвиток передбачає врахування економічних, соціальних і екологічних аспектів. У зв'язку з цим, при виробленні управлінських рішень на державних підприємствах, необхідно враховувати такі аспекти сталого розвитку, як зниження викидів, зменшення використання природних ресурсів, підвищення якості життя працівників та жителів регіонів, де розташовані підприємства. Крім того, прийняття рішень, спрямованих на сталий розвиток, може допомогти державним підприємствам зберегти ресурси та знизити витрати. Зокрема, застосування енергоефективних технологій може знизити витрати на електроенергію, а

використання вторинної сировини знизить витрати на матеріали. У випадку, коли державні підприємства здійснюють діяльність, пов'язану з використанням природних ресурсів, важливо розробляти стратегії їх раціонального використання, що забезпечуватиме їх ефективне використання та збереження для майбутніх поколінь.

Вплив сталого розвитку на процес вироблення управлінських рішень на державних оборонних підприємствах може мати особливу вагу з огляду на специфіку їх діяльності. Окрім забезпечення балансу між економічними, соціальними та екологічними аспектами діяльності, необхідно враховувати ще й вимоги національної безпеки, які повинні бути відповідно враховані в управлінських рішеннях. Урахування вимог національної безпеки в управлінських рішеннях на оборонних підприємствах є дуже важливою задачею. Для цього можуть використовуватися наступні підходи:

1. Створення системи ризик-менеджменту, яка дозволяє виявляти потенційні загрози національній безпеці та приймати заходи для їх усунення.

2. Регулярний аналіз поточного стану національної безпеки та її впливу на діяльність оборонних підприємств.

3. Використання сучасних технологій та програмного забезпечення для моніторингу та аналізу потенційних загроз національній безпеці та прийняття відповідних заходів.

4. Установлення системи контролю якості виробництва та забезпечення відповідності виробів вимогам національної безпеки.

5. Проведення регулярних навчань та тренувань з персоналом оборонних підприємств з метою забезпечення готовності до дії у випадку потенційних загроз національній безпеці.

6. Розробка та впровадження системи електронного контролю доступу до важливої інформації. Це дозволить забезпечити захист конфіденційної інформації від несанкціонованого доступу, що є дуже важливим для забезпечення національної безпеки.

7. Регулярні аудити та перевірки з метою виявлення можливих вразливостей.

Одним із можливих впливів сталого розвитку на процес вироблення управлінських рішень на державних оборонних підприємствах може бути забезпечення ефективного використання ресурсів. Так, у процесі виробництва важливого озброєння можна використовувати вторинні матеріали та ресурси, що зменшить витрати на виробництво та сприятиме збереженню природних ресурсів.

Наприклад, одним із прикладів ефективного використання ресурсів на державних оборонних підприємствах є впровадження сонячних електростанцій для забезпечення електроенергією. Це дозволить знизити витрати на електроенергію та забезпечити екологічно чисту енергію. Крім того, можна використовувати біопаливо як джерело енергії для транспорту.

Крім того, сталий розвиток може сприяти розробленню більш безпечних та екологічних технологій виробництва, що знизить негативний вплив на довкілля та забезпечить безпеку працівників. Сюди можна віднести технології безхлоридного оброблення металу. Ця технологія зменшує кількість викидів хлоридів та інших небезпечних речовин до навколишнього середовища. Ще одним прикладом є

використання розумних систем управління енергоефективністю, що дозволяє зменшити споживання енергії та знизити викиди шкідливих речовин до атмосфери. Такі системи можуть автоматично вимикати світло та обладнання у приміщеннях, які не використовуються, а також регулювати температуру відповідно до потреб. Актуальним нам видається використання більш ефективних та безпечних технологій у виробництві ракетних двигунів, що дозволяють зменшити кількість викидів шкідливих речовин, а також забезпечити високу енергоефективність та стабільність роботи двигунів. Окрім цього, на оборонних підприємствах можуть бути використані екологічно безпечні матеріали та речовини для виготовлення продукції, такі як полімери, які біорозкладаються та метали зниженої токсичності.

Важливо також забезпечувати соціальну відповідальність державних оборонних підприємств. Зокрема, важливо забезпечувати безпеку та охорону здоров'я працівників, враховувати їх потреби та інтереси, а також підтримувати співпрацю з місцевою громадою та владою.

Отже, впровадження принципів сталого розвитку у процес вироблення управлінських рішень на державних підприємствах може допомогти зберегти ресурси, знизити витрати та забезпечити ефективніше управління цими підприємствами. Для забезпечення високого рівня національної безпеки в управлінських рішеннях на оборонних підприємствах можуть бути використані такі прийоми, як розвиток інформаційно-аналітичної бази для прийняття рішень, встановлення процедур контролю за доступом до конфіденційної інформації, проведення тренінгів та навчань для персоналу з питань національної безпеки та інші.

УДК 338:512

КОНТРОЛІНГ ЯК ЗАСІБ ЗАПОБІГАННЯ БАНКРУТСТВА ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

ХРИСТИНА ОБЕЛЬНИЦЬКА, СЕРГІЙ МОЛДАВЧУК, ПЕТРО ПЕТРІВ

Івано-Франківський національний університет нафти і газу, Україна

В сучасних ринкових умовах виникнення кризових ситуацій на підприємстві спричинене низьким рівнем розвитку менеджменту внаслідок низької обізнаності працівників та самого керівництва щодо ефективних методів управління. Недостатня швидкість реагування керівників на проблеми зазвичай призводить до банкрутства у майбутньому. Зростаюча кількість підприємств-банкрутів змушує науковців працювати над вирішенням даної проблеми, як на рівні окремого підприємства, так і на загальнодержавному рівні. Саме розробка шляхів вдосконалення системи запобігання та протидії банкрутству підприємства є необхідною та вкрай важливою умовою ефективного його функціонування. В цьому контексті слід розглядати зв'язок з такими науковими або практичними питаннями застосування контролінгу, який є інтеграцією бухгалтерського обліку,

внутрішнього контролю та економічного аналізу, виконує функції управлінського менеджменту, зокрема посідає особливе місце в управлінні сталим розвитком малих та середніх підприємств.

Питанню визначення ймовірності банкрутства підприємств та напрямів протидії йому приділяється значна увага з боку вітчизняних та зарубіжних науковців, а саме Бондара І. О., Гук О. В., Пакуліна А. А., Гніденко А. В., Коваленко Ю. І., Одінцева Т., Партина Г. О., Савицької О. М., Терещенко О. О., Ткаченко В. В., Дзядик Х. В. та ін. [1-5] Проте не зважаючи на вагомий внесок даних науковців, окремі питання все ще залишаються недостатньо вивченими.

Основна мета дослідження полягає в узагальненні та попередженні настання банкрутства підприємства та пошуку шляхів його подолання з використанням спеціальних методів контролінгу, які дає змогу перейти на новий рівень для сталого розвитку бізнесу і зміцнити позиції відносно конкурентів.

Новітні умови ринкового господарювання як у вітчизняній, так і у міжнародній практиці передбачають постійне ускладнення параметрів функціонування підприємств, що об'єктивно призводить не лише до формального зростання значення управління, але й вимагає якісних змін у всій структурі і методах системи управління. В жорстких умовах ринкової конкуренції перед керівниками підприємств реально постає проблема недопущення банкрутства і уникнення кризових ситуацій. В даному аспекті цілісною концепцією економічного управління підприємством, направленою на виявлення всіх шансів і ризиків, пов'язаних з отриманням максимального прибутку, виступає контролінг.

Одним з ключових способів збільшення ефективності управління в компанії вважається вдосконалення внутрішнього фірмового планування і контролінгу. Фінансовий контролінг здійснюється у вигляді організованого адміністрацією компанії процесу перевірки виконання абсолютно всіх управлінських рішень у фінансовій сфері з метою реалізації стратегії і тактики та запобігання кризових ситуацій, що призводять до банкрутства.

Запобігання банкрутству – передбачає здійснення комплексу заходів, що підвищують рівень діяльності підприємства та його шанси на «виживання» в передкризових умовах розвитку, а також сприяють недопущенню до критичного стану діяльності підприємства, і як наслідку до банкрутства, шляхом:

- забезпечення економічної безпеки підприємства з метою гарантування його стабільного і максимально ефективного функціонування та перспективу розвитку;

- запровадження та систематичного проведення контролінгу на підприємстві, як спеціальної та саморегулюючої системи методів та інструментів функціональної підтримки менеджменту через інформаційне забезпечення, планування, координацію, контроль та внутрішній консалтинг;

- здійснення антикризового управління, що передбачає використання арсеналу управлінських рішень для стабілізації діяльності підприємства у динамічних умовах сучасності;

- здійснення реінжинірингу, який базується на використанні сучасних інформаційних технологій для досягнення нових ділових цілей та передбачає докорінну перебудову ділових процесів для досягнення радикального поліпшення діяльності підприємства.

Бажання суб'єктів господарювання зміцнити свої конкурентні переваги повинно орієнтувати їх на впровадження нових підходів та методів ведення підприємницької діяльності, серед яких чільне місце належить системі заходів з адаптації підприємства до зовнішнього середовища, що за існуючих несприятливих умов господарювання дозволило б частині підприємств уникнути кризового стану.

Імовірність настання банкрутства є кризовим явищем для діяльності підприємства і його подолання вимагає застосування спеціальних методів фінансового управління. Основні принципи, на яких повинна базуватись система антикризового управління:

- рання діагностика кризових явищ діяльності підприємства;
- своєчасність реагування на різні кризові явища;
- адекватність реагування підприємства на ступінь реальної загрози його життєдіяльності;
- мобілізація внутрішнього потенціалу для виходу з кризи;
- забезпечення контролю за результатами розроблених заходів.

Оскільки основною метою застосування системи контролінгу є забезпечення стійкого та стабільного розвитку підприємства на стратегічному рівні, то всі управлінські заходи мають бути спрямовані на максимізацію прибутку за мінімальних витрат та уникнення ризиків на оперативному рівні.

З огляду на вищенаведене роль контролінгу в сучасній системі соціально-економічних відносин та оцінка його здатності забезпечувати сталий розвиток бізнес-одиниць визначальна. У цьому контексті концепція контролінгу має бути орієнтована на розвиток трансляційних компетенцій, розширення функцій обліково-аналітичного забезпечення, які формують інформаційне середовище баз даних і баз знань для управління майбутніми подіями. Виходячи з цієї нової філософії розвитку трансляційних управлінських компетенцій, механізми внутрішньо рефлексивної управлінської поведінки, спрямованої на сталий розвиток підприємств, мають бути використані для формування інформаційного простору, що підтримує оперативне, тактичне і стратегічне управління, а також соціально-економічне прогнозування та управління майбутніми подіями в межах підприємства.

Вважаємо за доцільне розглядати контролінг як крос-функціональну управлінську технологію. Виходячи з філософії сталого розвитку підприємств, слід об'єднувати такі організаційні складові: основні та допоміжні бізнес-процеси, центри відповідальності в системі бізнес-архітектури, системи планування та бюджетування, мотиваційні засоби, а також визначені нові напрями розвитку концепції контролінгу. Зокрема, моделювання організаційної структури підприємства як системи ієрархічно залежних бізнес-одиниць; побудова системи оперативного та стратегічного планування; інструментальне забезпечення (контроль), що дозволяє побудувати систему багаторівневого контролю для відстеження досягнення стратегічних цілей та виявлення відхилень показників. Розгляд інформаційного середовища для системи контролінгу можливий завдяки шести інформаційних складових - планування, організація, контроль, аналіз, регулювання та консультування, які взаємопов'язані між собою, що дає змогу

усунути розриви в інформаційних зв'язках системи управління в єдиному контурі контролінгу [4].

Така модель надасть теоретичне підґрунтя для побудови організаційної структури відділу контролінгу на підприємстві та методологічне підґрунтя для обліково-аналітичного забезпечення функцій контролінгу та формулювання контрольних процедур. Також така модель концептуального середовища контролінгу необхідна в системі управління сталим розвитком. Це дає змогу сформулювати пріоритети управлінського сектору: підвищення ринкової вартості підприємств, формалізація процедур оцінки та управління ризиками, створення умов для подальшого розвитку систем управління в інформаційному суспільстві [5].

Як висновок, основне завдання економічного потенціалу в процесі гарантування економічної безпеки підприємства полягає в накопиченні достатньої величини і максимально ефективного використанні усіх ресурсів, що дозволило б нейтралізувати загрози з боку внутрішнього та зовнішнього середовища і гарантувати безпечне функціонування та сталий розвиток підприємства через підтримання системи контролінгу.

Список використаних джерел

1. Гук О.В. Антикризове управління як спосіб запобігання банкрутству підприємства / економіка: реалії часу. науковий журнал. – № 6 (22). – с. 193-198.
2. Ткаченко В. В., Дзядик Х. В. Контролінг фінансового циклу в системі антикризового фінансового управління підприємством. *Modern Economics*. 2021. № 20. С. 296-301.
3. Григораш І. О. Контролінг як сучасна система управління підприємством. *Актуальні проблеми економіки*. № 11(113). С. 96–107.
4. Пакуліна А.А., Гніденко А.В., Коваленко Ю.І. Контролінг і сталий розвиток підприємства малого бізнесу URL: [file:///C:/Users/User/Downloads/%D0%A1%D1%85%D1%96%D0%B4%D0%BD%D0%B0%20%D0%84%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%20%E2%84%96%203%20\(20\)%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/%D0%A1%D1%85%D1%96%D0%B4%D0%BD%D0%B0%20%D0%84%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%20%E2%84%96%203%20(20)%20(1).pdf)
5. Одінцова Т. Контролінг у забезпеченні збалансованого сталого розвитку підприємств і перспективи його розвитку в Україні URL: <http://visnykj.tneu.edu.ua/index.php/visnykj/article/view/487>

УДК 658.012

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ЗА СТЕЙКХОЛДЕР-ПІДХОДОМ

ВОЛОДИМИР ПІДДУБНИЙ, СВІТЛАНА КРАСНОЖОН

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
Україна*

Стейкхолдерський підхід кінця ХХ століття до теперішнього часу характеризується посиленням взаємодії в напрямі збалансованості інтересів

підприємства із заінтересованими сторонами. Нині все більше підприємств розглядають взаємодію із заінтересованими сторонами як інструмент для посилення орієнтації стратегічних рішень на стабільність та стійкість розвитку.[2]

В європейській практиці, відповідно до вимог теорії стейкхолдерів, сучасні компанії сприймають зовнішніх стейкхолдерів не як елемент зовнішнього середовища, а як своїх колег. Проводяться загальні засідання із покупцями, постачальників включають в групи планування, з конкурентами створюються тимчасові спілки. Для вітчизняних підприємств діалог із зовнішніми стейкхолдерами не завжди є конструктивним та йде на користь сторонам. Аналізуючи наукові джерела, можемо зробити висновок, що розвитку діалогу із стейкхолдерами завжди передують підготовчий процес, який передбачає визначення стейкхолдерів підприємства та проведення їх аналізу.[1]

Надзвичайно важливим для налагодження ефективного діалогу між заінтересованими сторонами, забезпечення безперервних консультацій та постійних інновацій є постійний моніторинг та оцінка рівня залучення стейкхолдерів в політику компанії, оцінка показників ефективності. Діалог із стейкхолдерами означає формування ефективної комунікації, залучення основних представників груп стейкхолдерів до розробки стратегії розвитку компанії. [1] З одного боку, це спосіб комунікації із своїми правилами, нормами, техніками, а з іншої боку, це безперервний процес, який передбачає вироблення ефективної моделі взаємодії між заінтересованими сторонами з метою збільшення стейкхолдерської вартості кожного учасника.

Беззаперечно, можемо виокремити й основні переваги даного підходу, що ми розглядаємо. Нижче наведені деякі з них:

1. Забезпечення взаємодії з різними стейкхолдерами: підхід за стейкхолдер-підходом передбачає врахування і взаємодію з різними сторонами, такими як співробітники, клієнти, акціонери, громадські організації, державні органи та інші зацікавлені сторони. Це сприяє більш глибокому розумінню потреб та очікувань різних стейкхолдерів, а також дозволяє враховувати їхні інтереси в процесах прийняття рішень та управлінських стратегіях.

2. Стимулювання сталого розвитку: управління персоналом за стейкхолдер-підходом сприяє сталому розвитку підприємства, оскільки враховує не тільки економічні, а й соціальні та екологічні аспекти. Врахування інтересів різних стейкхолдерів дозволяє забезпечити баланс між короткостроковими та довгостроковими цілями, сприяти розвитку сталісних взаємин, забезпечувати етичні принципи у взаємодії зі стейкхолдерами та сприяти соціальній відповідальності підприємства.

3. Забезпечення внутрішнього співпраці та залучення персоналу: управління персоналом за стейкхолдер-підходом сприяє залученню персоналу до процесів прийняття рішень та внутрішньої співпраці. Співробітники більше відчувають свою важливість для підприємства, беруть участь у процесах прийняття рішень та вносять свої ідеї та пропозиції. Це сприяє покращенню комунікації, залученню талановитих співробітників, збереженню та підвищенню їхньої мотивації та залученості до роботи.

Таким чином, можемо сказати, що налагоджені взаємовідносини із стейкхолдерами дають змогу підвищити довіру до підприємства, його імідж та репутацію; залучати кращі кадри та зміцнювати взаємовідносини всередині підприємства завдяки високим моральним принципам, а за рахунок цього підвищувати ефективність діяльності; більш ефективно управляти ризиками; завойовувати довіру у споживачів та партнерів по бізнесу тощо. А це забезпечить стійкий розвиток підприємства та конкурентні переваги на довгострокову перспективу.

Список використаних джерел

1. Лагута Я. Стейкхолдерський підхід в корпоративній соціальній відповідальності компанії. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. УДК 005.35:334.735.
2. Управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами на промисловому підприємстві. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/items/03760a4a-6231-479d-bbe6-1b6b4d3db184> (дата звернення: 20.04.2023).
3. Кавецький В. Класифікація стейкхолдерів в практичній діяльності підприємств. ORCID ID: 0000-0001-8752-0807.

УДК 331.2

ЗАСТОСУВАННЯ РІЗНИХ СИСТЕМ ОПЛАТИ ПРАЦІ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ ТА В УКРАЇНІ

ІННА ХОМЕНКО, ВАДИМ ПРИСЯЖНИЙ

Національний університету «Чернігівська політехніка», Україна

В умовах повномасштабної війни України проти Російської Федерації, що призвела до економічної кризи багатьом людям необхідно стабільно отримувати заробітню платню, а підприємствам – прибуток. Актуальним залишається питання реформування системи оплати праці для робітників та збільшення заробітної плати в умовах її зниження внаслідок війни та зростання безробітності. Матеріальне стимулювання працівників є одним з найважливіших завдань підприємства для збільшення продуктивності праці. Виникає необхідність оптимізації оплати праці в умовах нестабільності та втрати прибутку. В цьому підприємствам може допомогти багаторічний досвід застосування різноманітних систем оплати праці систем зарубіжних колег.

Дослідженням систем оплати праці в зарубіжних країнах та їх переваг для України займалися такі вчені як О. Рибалко, А.А. Машевська, О.Д. Балан, С.А. Матюх, М.О. Кабаченко, Н.М. Шмиголь, Д.С. Монастирська, А.А. Антонюк, та ін.

В зарубіжних країнах діють досить різноманітні системи оплати праці в залежності, від підприємства, конкретної галузі або держави. При цьому можна виділити їх загальні риси. Так наприклад в США рівень заробітної плати встановлюється працівникам однакової кваліфікації, але з різними показниками якості роботи. Показники поділяються на: виробничі (виконання норм, використання робочого часу) і особистісні (завзятість, трудова і творча

активність, уміння працювати в колективі тощо). Премії виплачуються залежно від прибутку, існують компенсаційні виплати в той час, коли працівник виходить на пенсію, доплати до заробітної плати за підвищення кваліфікаційного рівня робітника та стаж роботи, продаж працівникам акцій компаній, виплата премій до свят, 13-а зарплата [1, с. 30-31].

Також у політиці заробітної плати США використовують систему «оцінювання заслуг». Вона призначена для встановлення заробітної плати працівникам однакової кваліфікації, але з різними показниками якості роботи. Показники, за якими оцінюються працівники, можуть бути виробничими (виконання норм, рівень браку, використання робочого часу) і особистісними (ініціативність, трудова і творча активність,). Методи оцінювання праці робітників різні – бальна оцінка, анкетування, експертна оцінка тощо. [2, с. 73].

По суті в США заробітна плата постійно збільшується та ніколи не стає менше, оскільки підприємці намагаються заохочувати працівників до активної роботи, ініціативності, креативності та підвищення своєї кваліфікації, знань тощо.

У країнах Європейського Союзу матеріальне стимулювання зумовлюється соціальною справедливістю та індивідуалізацією заробітної плати. Для матеріального забезпечення населення в більшості країн Європи встановлена мінімальна заробітна плата. Як зазначає А.А. Машевська: «Механізм державного регулювання оплати праці в країнах ЄС базується на співвідношенні таких складових, як: мінімальна заробітна плата, граничні розміри її зростання в період інфляції, податкова політика (державне регулювання); загальний порядок індексації доходів, форми і системи оплати праці тощо (колективно-договірне регулювання на галузевому рівні); розміри тарифних ставок і окладів, доплат і надбавок (колективні договори); середня заробітна плата (ринок робочої сили)» [3].

Одним з яскравих прикладів соціальної спрямованості системи оплати праці є Швеція. Її модель ґрунтується на таких принципах: рівна оплата за рівну працю, скорочення розриву між розмірами мінімальної і максимальної заробітної плати. Сама система визначення єдиного рівня підвищення заробітної плати сприяє його вирівнюванню, крім того, в ході переговорів про переукладення колективних договорів профспілки, як правило, добиваються включення в них спеціальних пунктів про випереджаючі темпи зростання заробітної плати у низькооплачуваних категоріях персоналу [4, с. 22].

Французька система оплати праці має розширене використання накопичувального преміювання (за підсумками роботи працівника і підприємства за один, три, п'ять років). Тут проводиться планування й узгодження загального розміру фонду оплати праці з профспілками, а також здійснюється індексація заробітної плати після узгодження з профспілками.

Також на підприємствах країн ЄС широкого розповсюдження набула індивідуальна оплата праці, яку слід використовувати як при регулярній оцінці досягнень персоналу (рейтинг працівників, безтарифні системи), так і за допомогою особливої структури тарифної системи («плаваючі» розряди) [5, с. 157].

Необхідно зазначити, що в країнах ЄС оплата праці направлена саме на матеріальне забезпечення робітника. Це забезпечується індивідуалізацією заробітної плати в залежності від кваліфікації, стажу та галузі роботи тощо. Разом з тим в цих державах активно діють профспілки які допомагають укласти міжгалузеві та галузеві колективні договори, які забезпечують рівну винагороду для всіх працівників галузі.

В Україні поширена відрядна та погодинна оплата праці. При цьому згідно з Кодексом законів про працю (далі – КЗпП) визначено, що основою організації оплати праці є тарифна система оплати праці, яка складається з тарифних сіток, тарифних ставок, схеми посадових окладів і тарифно-кваліфікаційних характеристик [6]. При цьому в Україні прийнята єдина тарифна система що забезпечує рівну оплату за працю рівної складності незалежно від форм її прикладення, а також соціальний захист робітників. Ця тарифна система є поширеною системою оплати праці в зарубіжних країнах (США, Японія, Франція та ін.). Вітчизняне законодавство не виділяє відрядну та погодинну систему оплати праці на рівні з тарифною. Це не відповідає сучасним ринковим умовам щодо оплати праці. Н.О. Кабаченко пропонує: 1) привести КЗпП в логічний порядок; 2) ведення класифікації системи оплати праці та покласти в її основу такий критерій як індивідуалізація праці. І в залежності від нього здійснювати поділ на тарифну та безтарифну [7, с. 110].

Для вдосконалення механізму оплати праці відповідно до європейських стандартів: 1) Збалансування системи основної заробітної плати за її основними цілями і стратегіями винагородження персоналу (стратегією людських ресурсів) і стратегією компанії шляхом: а) запровадження системи збалансованих показників компанії та ключових показників ефективності діяльності працівників; б) запровадження рейтингової системи робочих місць за визначенням цінності їх позицій для компанії; 2) Запровадження нових схем оплати праці, а саме гнучких тарифів, єдиних тарифних сіток; 3) Сприяння тісному зв'язку між продуктивністю, рівнем оплати праці та ефективністю працівників [8, с. 27].

Отже, в розвинених країнах систем оплати праці застосовується для стимулювання працівників до активної роботи в підприємстві та отриманню нових знань, кваліфікації, тобто підвищення продуктивності підприємства загалом. В деяких країнах підприємства оцінюють роботу працівників за допомогою тестувань, опитувань, що дозволяє створити рейтинг найбільш продуктивний робітників. В Україні необхідно нормативно врегулювати статус погодинних та відрядних систем оплати праці. Також необхідно стимулювати працівників до укладення колективних угод та запровадити рейтингову систему для визначення ефективності персоналу підприємства.

Список використаних джерел

1. Брезницька К.Ф. Аналіз сучасних систем оплати праці в зарубіжних країнах. *Управління розвитком*. 2011. № 8 (105). С. 30-31.
2. Шмиголь Н.М., Д.С. Монастирська, Антонюк А.А. Сучасні тенденції в організації оплати праці в зарубіжних країнах у розрізі систем оплати праці. *Держава та економіка*. 2016. № 2 (89). С. 71-75.

3. Машевська А.А. Зарубіжний досвід використання системи праці та мотивації працівників підприємства. *Ефективна економіка*. 2022. № 4. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/4_2022/154.pdf
4. Балан О.Д. Зарубіжний досвід застосування системи мотивації, оплати та нормування праці. *Економіка АПК*. 2011. № 17-18. С. 20-25.
5. Матюх С.А. Західноєвропейський досвід організації оплати праці / С.А. Матюх. *Вісник ТУП*. 2003. № 6. С. 155-160.
6. Кодекс законів про працю: Закон України від 10.12.1971 р. № 322-VIII. Дата оновлення: 27.01.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text>
7. Кабаченко М.О. Система оплати праці: проблемні питання. *Право та інновації*. 2015. № 2. С. 109-114.
8. Голосніченко Д. І. Оплата праці: проблеми та шляхи вирішення. *Вісник НТУУ «КПІ»*. 2014. № 3/4 (23/24). С. 185-189.
9. Волинець Л.М., Хоменко І.О., Халацька І.І., Нагорний П.В., Сопецько О.Ю. Зовнішньоекономічна безпека підприємств України в умовах інтеграції логістичних ланцюгів поставок. *Вісник НТУ*. К.: НТУ, 2022. Серія «Економічні науки». № 2 (52), 2022. С.57-64.
10. Хоменко І. О, Волинець Л. М., Чубикіна А. О. Стратегічні засади інвестування в людський капітал для забезпечення розвитку національної економіки України. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2020. № 1 (21). С. 38-45.

УДК 331.108

ANALYSIS OF THE POSSIBILITIES OF IMPLEMENTING ADVANCED EXPERIENCE IN THE FIELD OF PERSONNEL MANAGEMENT IN THE PRACTICAL ACTIVITIES OF ENTERPRISES

NATALIA PROZOROVA, MOHAMED HAAFAR, OLENA SMIHUNOVA

State Biotechnological University, Ukraine

In the modern practice of personnel management, the interpenetration of its various models is clearly visible: American, Japanese, and Western European, which indicates the internationalization of modern management. A significant stage of this process was the penetration of the ideas of the system approach, the development of various models of the organization as a system - not only functioning, but also developing, which led to the formation of a new approach in personnel management - labor resource management. Modern progressive theory and practice of personnel management in enterprises of developed countries is represented by two opposite approaches - American and Japanese [1, 2, 3].

The American approach is based on the preliminary definition of the professional qualification model of «position» and «elevation» to its level of employees according to the «position - employee» scheme. Features of this management system are the following aspects: personnel is perceived as the main source of increasing production efficiency; certain autonomy of personnel; selection criteria are education, practical

work experience, psychological suitability, ability to work in a team; focus on the narrow specialization of specialists.

The basis of the American model of personnel management is the mechanism of individual responsibility, assessment of individual work results, quantitative interpretation of short-term goals. Personal responsibility for management decisions is usually assigned to specific individuals.

Among the typical working conditions, it is worth highlighting:

- reducing the scope of work and responsibilities in administrative centers and, accordingly, reducing the number of administrative staff;
- a wide list of highly specialized professions and, accordingly, job instructions;
- application of a flexible form of remuneration;
- work in project-target groups.

The personnel policy is built on the principle of «input - output», which provides for a simple recruitment procedure, during which the employee is quickly dismissed or rotated.

The Japanese model is based on a detailed study of the strengths and weaknesses of the worker's personality, which allows to choose a suitable workplace for him as a result. Thus, the «employee - position» system is implemented.

The characteristics of the Japanese model are:

- orientation to a long-term perspective of work within one enterprise;
- high quality of education and powerful personal potential of the employee;
- remuneration based on a comprehensive indicator taking into account age, work experience, education and professional abilities;
- the work of trade unions within the limits of specific enterprises, and not according to the sectoral principle.

Basic principles of personnel management according to the Japanese model:

- coincidence of interests and spheres of activity of the enterprise and its employees;
- loyalty to the enterprise in exchange for a package of guarantees from it;
- advantage of collective forms of cooperation, labor cooperation; equality of employees independently in the team, regardless of their position;
- the balance of influence and interests of the three driving forces that ensure the vital activity of the enterprise: management, investors and staff.

Japanese corporate traditions do not allow employees to be separated by qualification level; every newly hired worker is considered unskilled and must necessarily improve their qualifications. Also, in Japanese companies, no different from American ones, there is no clear division of job duties between engineering and technical employees and workers.

The modern experience of European companies demonstrates the importance of training and development of personnel in increasing their efficiency. Training at enterprises is carried out both to increase the level of competence and qualification of personnel, as well as for the purpose of forming a high level of staff loyalty and their involvement in the affairs of the enterprise. To solve such tasks, European enterprises have established close cooperation with educational institutions and companies

specialized in the development of training programs taking into account the needs and characteristics of a particular enterprise.

In particular, in German companies, a lot of attention is focused on programs of retraining and internship of specialists according to the profile of work at the enterprise; in accordance with the plans, retraining of employees in specified positions and trainings in positions adjacent to them are carried out; functional duties are implemented in strict compliance with job instructions; application of a flexible salary system taking into account the employee's qualifications, experience, use of new work methods, knowledge of foreign languages, etc.

Fierce competition in the French labor market is due to the formation of high requirements for the level of qualifications of employees. A prerequisite for career growth is constant retraining and improvement of professional competences. Employees are regularly informed about the financial capacity of the enterprise, the availability of vacant positions, and a program to promote training in specialized programs is implemented.

Currently, the practice of applying the positive provisions of both models is being formed in the world - a mixed model^{4, 5}.

This approach can be relevant for domestic enterprises as well. Thus, the positive manifestations inherent in both models, which are actively used in advanced enterprises, can be defined as:

- management of horizontal communications, accounting of resources, teamwork;
- personnel management is decentralized and implemented at the linear management level;
- personnel specialists coordinate line management;
- planning of labor resources is an element of corporate planning and aims to ensure compliance of available human resources, their qualifications and potential with the company's strategy and goals;
- balanced corporate culture, formed taking into account the current needs of the enterprise, integrated with the external environment.

Based on the positive global experience in the field of human resources management, it is possible to formulate the goal of the personnel management system of modern enterprises: provision of personnel, their effective use, promotion of their professional and social development.

References

1. The Essential Drucker: The Best of Sixty Years of Peter Drucker's Essential Writings on Management. (2009). (Reissue ed.). HarperCollins e-books.
2. Kuskova S. V., Zaika S. O., Gridin O. V. Principles of office development management. Вісник ХНТУСГ, Вип. 202 «Економічні науки». 2019. С. 187-197.
3. Захарчин Г. М. Управління персоналом: навч. посіб. Львів : Вид-во Нац. Ун-ту «Львів. політехніка», 2013. 259 с
4. Колот А. М. Мотивація персоналу: підручник. Київ : КНЕУ, 2012. С. 27.
5. Коритко С. Формування системи мотивації праці на підприємстві. Студентський науковий вісник «Керівник. ІНФО». URL : <http://kerivnyk.info/2012/05/korytko.html>.

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ВІЙНИ: ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ТА ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА

НАТАЛІЯ ТАНАСІЄНКО

Хмельницький національний університет, Україна

Початок повномасштабної війни став викликом як для економіки країни, так і для кожного окремого підприємства, чи бізнесу. В результаті чого значна частина підприємців скоротила або взагалі припинила свою діяльність.

Згідно даних опитування Європейської бізнес асоціації, через атаки РФ на об'єкти національної енергетики впродовж 2022-2023 років 8% представників малого та середнього бізнесу були вимушені призупинити свою діяльність, а ще 20% були вимушені деякий час не працювати [1].

Через війну значно скоротилося виробництво в частини великого бізнесу. Так, скорочення гірничо-металургійного комплексу та портової галузі призвело до недоотримання значної частини фінансових коштів до бюджету.

Проте, попри труднощі малий бізнес продовжує розвиватися. За останній рік в Україні від початку повномасштабного вторгнення РФ було зареєстровано понад 202 тисячі нових ФОПів, більшість яких розпочали діяльність у сфері роздрібною торгівлі [2].

Найменша кількість ФОП була зареєстрована в березні 2022 року – 2,05 тис. осіб, пікових значень було досягнуто у вересні – 20,2 тис. осіб [3].

Найбільшу кількість нових ФОП зареєстрували кияни – 29 тисяч. У ТОП-3 також увійшли Львівщина (16,8 тис. ФОПів) та Дніпропетровщина (15,9 тис. ФОПів) [2].

Війна вплинула і на зміну напрямків підприємницької діяльності. Згідно даних аналітичного дослідження YСMarket з 24 лютого 2022 року до 12 лютого 2023 року найпоширенішими секторами українських ФОПів стали комп'ютерна, торгова та вантажно-транспортна галузі. Впродовж досліджуваного періоду 20,9 тис. ФОПів (12%) було зареєстровано за КВЕД «Комп'ютерне програмування», понад 11 тис. (6,2%) – за КВЕД «Роздрібна торгівля в неспеціалізованих магазинах», 8,9 тис. (5%) – за КВЕД «Вантажний автомобільний транспорт» [3].

Особливістю ведення підприємницької діяльності в умовах війни стало те, що саме жінки відкривають свій власний бізнес. Протягом 2022 року жінки зареєстрували понад 93 тис. ФОПів – 48% від загальної кількості відкритих бізнесів. Від початку 2023 року зареєстровано 36,8 тис. ФОПів, з них 51% створили жінки [4].

Для допомоги бізнесу в умовах війни були запропоновані програми державної підтримки, детальну інформацію про які можна дізнатися на порталі Дія.Бізнес [5].

В липні 2022 року був запущений проєкт «єРобота», який включає чотири грантові програми: «Своя справа», «Новий рівень», «Свій сад», «Своя теплиця». В стадії розробки знаходяться ще дві програми: «ІТ-стартап» та «Старт в ІТ».

Проект «єРобота» спрямований на активізацію підприємницької діяльності та створення нових робочих місць.

Програма «Своя справа» передбачає видачу мікрогрантів на відкриття чи розвиток власної справи в розмірі від 50 до 250 тис. грн [5].

За програмою розвитку переробних підприємств «Новий рівень» підприємці можуть отримати гранти в розмірі до 8 млн грн [5].

Програма «Свій сад» передбачає гранти на висаджування саду для осіб, які мають власну землю або право користуватися нею сім років. Грант покриває більшу частину витрат на висаджування саду площею 1-25 га. На один гектар землі можна отримати від 140 тис. грн до 400 тис. грн.

За програмою «Моя теплиця» держава компенсує до 70% вартості побудови теплиці протягом року площею до 2 га.

Український фонд стартапів надає до 35 тис. дол проектам у сферах оборони, кібербезпеки, інфраструктурної відбудови, які наближають перемогу. Пріоритетними є проекти, які спрямовані на створення інноваційної продукції [6].

Також представники малого та середнього бізнесу, які постраждали від війни можуть отримати гранти від програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України». Планується надати 50 грантів на суму близько 36 млн грн [6].

Зрозуміло, що згадані програми не є панацеєю у вирішенні питання, пов'язаного з падінням національної економіки. В умовах війни та в післявоєнний період держава має робити ставку саме на підприємців та суттєво збільшувати фінансування програм з розвитку бізнесу та започаткування власної справи.

Список використаних джерел

1. Не чекаючи перемоги: як бізнесу отримати від держави гроші на свій розвиток під час війни. URL: <https://www.unian.ua/economics/other/ne-chekayuchi-peremogi-yak-biznesu-otrimati-vid-derzhavi-groshi-na-sviy-rozvitok-pid-chas-viyni-12149325.html>

2. Бізнес під час війни: за рік було зареєстровано 202 тисячі ФОПів. URL: <https://fintechinsider.com.ua/biznes-pid-chas-vijny-za-rik-bulo-zareyestrovano-202-tysyachi-fopiv-yaki-sfery-najpopulyarnishi/>

3. Найпопулярніші сфери ФОПів, відкритих із початку повномасштабної війни. URL: <https://delo.ua/business/doslidniki-nazvali-naipopulyarnisi-sferi-fopiv-vidkritix-iz-pocatku-povnomasstabnoyi-viini-411529/>

4. Кожен другий малий бізнес в Україні відкривають жінки. URL: <https://suspilne.media/407802-kozen-drugij-malij-biznes-v-ukraini-vidkrivaut-zinki-opendatabot/>

5. Підтримка бізнесу в умовах війни. URL: <https://business.dii.gov.ua/wartime>

6. Гранти на бізнес. Як і де отримати безповоротну фінансову допомогу на підприємництво. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/08/17/690436/>

СТИМУЛЮВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ПРОМИСЛОВОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ

ВІКТОРІЯ ЧУДОВСЬКА, ІВАН ІВАНОВ

Київський національний університет будівництва і архітектури, Україна

В сучасних умовах глобального розвитку будівельного комплексу важливим питанням є технологічний розвиток підприємств промисловості будівельних матеріалів, що дає змогу забезпечити зростання економічної ефективності цих підприємств будівельного комплексу. Однак, нині перешкодами для впровадження інновацій на будівельному ринку є інертність інструментів, які регламентують застосування нововведень у будівельній діяльності. Таким чином, держава має обрати оптимальне співвідношення між інвестиційними інструментами забезпечення інноваційної діяльності та ефективним регулюванням інноваційних ініціатив, що спрямовані на технологічні зміни у промисловості будівельних матеріалів.

Уряд України формує нормативно-правову базу функціонування низки інститутів, які мають ефективно діяти, як інфраструктура інноваційної системи, зокрема центри трансферу технологій, наукові парки, індустриальні парки тощо. Створення таких інститутів можливе лише за умови ефективного фінансово-економічного інструментарію сприяння інноваційній діяльності та технологічному розвитку. Це своєю чергою зумовлює необхідність формування структур спрямованих на інтеграцію науки, освіти та виробництва, для створення конкурентоспроможної інноваційної продукції будівництва. Однак, варто відмітити, що процес формування та функції інституцій інноваційного розвитку підприємств будівельного комплексу сьогодні є недостатніми. Деякі напрями майже зовсім не розвиваються чи носять декларативний характер, що, насамперед, зумовлено недофінансуванням проектів інноваційного бізнесу у будівництві та відсутністю механізмів реальної державної підтримки.

Враховуючи світовий досвід та характеристики вітчизняного сектору промислового виробництва будівельних матеріалів інструментами інноваційного розвитку можуть стати технологічні платформи та інноваційні кластери. Окрім цього поєднання цих інструментів може дати значний синергетичний ефект. Дійсно інституціональна трансформація інноваційної інфраструктури неможлива без збалансованої взаємодії різних видів систем. Тому промисловість будівельних матеріалів має складатися з територіальних кластерів, які забезпечують реалізацію всіх необхідних функцій. Взаємозв'язки в будівельних кластерах та технологічних платформах ведуть до усвідомлення нових шляхів ведення конкурентної боротьби та нових можливостей. Конкурентоспроможність в одній галузі поширюється на інші галузі в межах кластера через трансфер технологій, що стимулює модернізацію та сприяння запровадженню нових стратегій. Участь в інноваційному об'єднанні такого типу надає переваги в доступі до нових технологій та методів організації виробництва і торгівлі, які посилюються можливістю постійного моніторингу зовнішнього середовища.

Особливе місце в реалізації стратегії модернізації виробництва має посісти зростання інвестиційної активності у промисловості. Зацікавленість суб'єктів бізнесу вкладати кошти у виробничі активи критично залежить від інвестиційного клімату. Варто також впроваджувати політику локалізації, яка спрямовується на сприяння збільшенню використання в економіці місцевих ресурсів (сировини, матеріалів, інших продуктів проміжного споживання, виготовлених у цій країні, робочої сили, наукового доробку тощо) замість імпортних, а її інструменти мають збалансувати вимоги зі стимулами для розвитку [1, с. 90-94].

В цілому зважаючи на зазначене, для ефективного функціонування розглянутих вище інститутів слід, насамперед, визначити основні цілі фінансово-економічного стимулювання та пріоритетні шляхи інноваційного розвитку підприємств будівельної індустрії. Тому державна політика в умовах сталого розвитку суспільства та глобалізації має бути спрямована на технологічну модернізацію промисловості, активізацію інноваційної діяльності та підвищення рівня конкурентоспроможності виробництва. Реалізація вказаних завдань є можливою лише шляхом визначення цільових пріоритетів інноваційного розвитку будівельного комплексу та інструментів їх реалізації. Для цього необхідно сформулювати ефективну систему прогнозування технологічного розвитку галузі на засадах стратегічного планування. Важливим елементом вказаної системи є інноваційна програма, яка спирається на економічний стан промисловості будівельних матеріалів, а також цільові вектори її технологічного розвитку.

Важливим інструментом стимулювання технологічного розвитку підприємств промисловості будівельних матеріалів є гнучка податкова політика в інноваційній сфері. При цьому варто зазначити, що податкова політика має бути спрямована на запровадження низки податкових пільг для інноваційних підприємств. Зокрема, гнучким інструментом є використання пільгових ставок податку на додану вартість при реалізації інноваційної продукції (наноматеріалів, високотехнологічного обладнання тощо) та скорочення для наукових та інноваційних підприємств ставки податку на прибуток.

Список використаних джерел

1. Розвиток промисловості для забезпечення зростання та оновлення української економіки: науково-аналітична доповідь / за ред. д-ра екон. наук Дейнеко Л.В.; К.: ДУ «Ін-т екон. та прогноз. НАН України», 2018. 158 с.
2. Шкуратов О.І. Інноваційні аспекти просторового планування сталого розвитку об'єднаних територіальних громад. *Інноваційні технології та інтенсифікація розвитку національного виробництва*: матеріали V міжнар. наук.-практ. конф. (м. Тернопіль, 30 травня 2019 р.). Тернопіль: Крок, 2019. С. 150–152.

МЕХАНІЗМ ВИНИКНЕННЯ КРИЗОВОГО СТАНУ В АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

АЛІСА ШЕВЧЕНКО, АНДРІЙ ДОНЦОВ

Одеський державний аграрний університет, Україна

Аграрний сектор відіграє важливу роль у національній економіці, виробляючи продукти харчування та сировину для інших секторів економіки. Однак, підприємства цього сектору часто знаходяться у кризовому стані через низьку рентабельність, неефективне управління та інші проблеми. Отже, вивчення механізму виникнення кризового стану є дуже важливим для підвищення ефективності діяльності аграрних підприємств.

Аграрне підприємство є формою господарювання, що займається діяльністю з метою виробництва та реалізації аграрної продукції.

Основним завданням аграрного підприємства є забезпечення населення продовольством та отримання прибутку від продажу сільськогосподарської продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках. Важливою складовою діяльності аграрних підприємств є дотримання принципів ресурсозбереження та екологічної безпеки.

Трактування поняття «криза» розглядається в наукових працях багатьох науковців: «...великомасштабна подія, яку неможливо передбачити і призводить до негативних наслідків; ...переломний період, пов'язаний із виникненням проблем; ...ситуації, які пов'язані із зовнішніми факторами, що порушують механізм функціонування підприємства; ...позапланові небажані процеси, що можуть зашкодити діяльності підприємства і порушити цикл життєздатності його» [1].

Отже, кризовий стан аграрного підприємства – це необмежений за часом процес, який виникає в результаті дії факторів і може порушити заплановані результати діяльності або призвести до його ліквідації.

Кризовий стан в аграрному підприємстві може виникати внаслідок різних факторів, таких як: стихійні лиха (засуха, повені, град), епідемії тварин, забруднення ґрунту або водойм; неефективності організації виробництва.

Суттєвим фактором, що призводить до кризового стану, є недостатня фінансова дисципліна та рівень керування в підприємстві. Відсутність планування в роботі підприємств, недостатній контроль за використанням коштів та неефективне управління ресурсами призводять до зростання витрат та зменшення прибутку. Згідно з дослідженнями за джерелом [2], відсутність контролю за фінансами є однією з головних причин банкрутства аграрних підприємств.

Наступним фактором, що може призвести до кризового стану, є низький рівень продуктивності праці. Недостатньо ефективного використання ресурсів, плинність кадрів, погіршення трудової дисципліни [3], дефіцит кваліфікованого персоналу, мобілізація чоловіків до ЗСУ в країні, відсутність підвищення кваліфікації працівників, недостатність мотивації, недостатній рівень організаційної культури та погані умови праці можуть призвести до зниження

продуктивності праці та збільшення витрат на виробництво продукції. Згідно з інформацією джерела [4], рівень продуктивності праці є одним з ключових показників ефективності аграрних підприємств.

Підсилення проблеми настання кризової ситуації може викликати і наявність конфліктів між персоналом та адміністрацією підприємства, управлінських конфліктів; змін у житті населення в результаті, наприклад, воєнного стану в країні.

В аграрних підприємствах, через недостатній рівень інформаційної обізнаності та обмеженості в забезпеченості власними фінансовими ресурсами, можна спостерігати кризовий стан виробництва продукції як результат використання застарілих традиційних технологій. Наслідком такої моделі виробництва є зростання собівартості продукції і зниження прибутковості. Враховуючи постійне зростання цін на ресурси, необхідно аграрним підприємствам періодично оновлювати технології на основі ресурсозбереження.

Значно порушити механізм функціонування підприємства можуть і природні катастрофи, економічні кризи в країні та у світі, зміни в законодавстві. Ці фактори вплинуть на показники фінансового стану підприємства та обмежать його здатність виробництва продукції.

При встановленні кризової ситуації керівництво в аграрному підприємстві зазвичай змушене приймати невідкладні заходи для запобігання подальшого поширення кризи та забезпечення власної безпеки. До заходів запобігання кризового стану можна віднести: евакуацію персоналу, забезпечення додаткової безпеки для тварин, підвищення конкурентоспроможності продукції; використання сучасних інноваційних ресурсозберігаючих та екологічно безпечних технологій виробництва, оновлення матеріально – технічної бази, використання ресурсів – заміників, оптимізації витрат ресурсів, планування та організацію виробничих процесів, проведення внутрішнього та зовнішнього аудиту діяльності підприємства, підвищення кваліфікації персоналу, підсилення мотивації до виконання функціональних обов'язків персоналу, покращення умов праці, використання ефективних методів управління, отримання пільг та фінансування від держави, а також участь у проектах міжнародних організацій.

Розпізнати механізм кризового стану аграрного підприємства можливо тільки в результаті спостереження за його перебігом та розумінні взаємообумовленості факторів впливу.

Список використаних джерел

1. Кулиняк І.Я., Жигало І.І., Горбенко Т.М. Кризові ситуації на підприємствах: сутність, класифікація, загрози виникнення та заходи реагування. *Економіка та управління підприємствами*. Вип. 51. 2021.С. 175 – 183 URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/51_2021_ukr/29.pdf
2. Лазарев, В. О. Економічна ефективність підприємств аграрного сектору. *Вісник ЖНАЕУ*, 2017. 1(67), 148-155
3. Шатілова О.В. Кризові явища як об'єкт управління. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. №1. С. 155- 159 URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/01/29.pdf>

4. Стадник, В. М., Краснікова, Ю. В. Аналіз динаміки показників продуктивності праці на підприємствах аграрного сектору. Економіка та суспільство, 2019, 1402-1408

УДК 338.24

УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

НАДІЯ ЮРКІВ

Національний лісотехнічний університет України, Україна

В сучасних умовах вітчизняні промислові підприємства України повинні будувати систему управління підприємством на засадах сталого розвитку, адже таке управління сприяє забезпеченню їх фінансової стійкості, конкурентоспроможності, ефективному функціонуванні на ринку, організації виробництва орієнтованого на зменшення шкідливих викидів в атмосферу, зниження матеріаломісткості виготовлення продукції, покращенню робочих місць працівників та зростанню соціального рівня населення.

Сталий розвиток підприємства в поточному періоді слід розглядати як його здатність до здійснення економічної діяльності в кожен окремий момент часу в умовах невизначеності впливів зовнішнього середовища, які порушують нормальне функціонування і розвиток підприємства [1].

Згідно іншого трактування цього поняття “сталий розвиток підприємства” – це процес якісних змін, що передбачає збалансування інтересів підприємства в поточному і майбутньому періодах на засадах досягнення економічної ефективності, фінансової стійкості, економічного зростання та розвитку екологічної і соціальної підсистеми підприємства [2].

Основою сталого розвитку підприємств є поєднання трьох складових: економічної, соціальної та екологічної. Економічна складова сталого розвитку підприємства включає в себе стан фінансових ресурсів, їх розподіл і використання, які забезпечують розвиток підприємства на основі зростання прибутку, збереженні платоспроможності в умовах змін зовнішнього середовища. Соціальна складова сталого розвитку підприємства передбачає спрямування напрямків діяльності підприємства на зростання рівня життя населення та працівників підприємства в цілому за рахунок покращення умов праці, зростання заробітної платні, підвищення рівня кваліфікації персоналу. Екологічна сталість передбачає використання підприємством сучасних технологій виробництва, автоматизацію праці, застосування екологічно-безпечних матеріалів, що дозволяє зменшувати негативний вплив на навколишнє середовище.

Основна ціль підприємства, яке здійснює свою діяльність відповідно до вимог сталого розвитку має передбачати умовно безперервне функціонування підприємства та його прогресивний розвиток при високих економічних

показниках, нормальному соціальному становищі працівників підприємства та стабільній екологічній ситуації [3].

Механізм управління сталим розвитком підприємства передбачає послідовність виконання запланованих дій спрямованих на досягнення поставлених цілей по досягненню сталого розвитку підприємством, а саме:

1. Формування основ управління сталим розвитком підприємства.
2. Аналіз факторів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства.
3. Оцінка значущості чинників та перевірка їх відповідності умовам розвитку.
4. Аналіз та оцінка рівня сталого розвитку підприємства.
5. Розробка управлінських рішень та рекомендацій управління сталим розвитком підприємства.
6. Оформлення звітності.

При формуванні основ управління сталим розвитком підприємства необхідно сформулювати стратегію, цілі, функції, принципи та методи управління підприємством, а також конкретизувати суб'єкт і об'єкт управління в рамках концепції сталого розвитку підприємства [4, с. 130-132].

Під час аналізу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища необхідно визначити вплив зовнішніх і внутрішніх факторів на результати діяльності підприємства та виокремити можливості, загрози, сильні та слабкі сторони підприємства з точки зору сталості. На підставі отриманих даних необхідно оцінити потенціал підприємства.

При аналізі та оцінці рівня сталості підприємства визначається перспективні шляхи розвитку підприємства з урахуванням стану підприємства та наявних ресурсів для реалізації розроблених стратегій. Оформлення звітності сталого розвитку підприємства має бути представлено у вигляді відкритої інформації, в якій будуть відображатися результати реалізації програм сталого розвитку.

Впровадження програм сталого розвитку надає підприємству ряд економічних, соціальних та екологічних переваг, зокрема [5]: підвищення рівня управління підприємством; покращення соціальної репутації підприємства; нові ринкові можливості; ріст інвестиційної привабливості підприємства; підвищення ефективної діяльності в області сталого розвитку; інноваційний підхід до розробки товарів та послуг; мінімізація ризиків в області сталого розвитку; ріст ефективності розподілення ресурсів та скорочення витрат.

Проте при впровадженні програм сталого розвитку підприємствами можливий ряд проблем, таких як фінансова стійкість, яка залежить від платоспроможного попиту на продукцію, оскільки від нього залежить показники прибутковості підприємства. Разом з тим попит на вироблену продукцію напряму залежить від рівня розвитку економіки, рівня життя та доходів населення, конкурентоспроможності продукції. Також фінансова стійкість підприємства залежить від періоду економічного циклу в якому знаходиться економіка країни.

При впровадженні програм сталого розвитку на економічну сферу діють фактори не лише зовнішнього середовища, а й внутрішнього, такі як, недостатня забезпеченість фінансовими ресурсами, низький рівень конкурентоспроможності, низький рівень попиту на продукцію споживачів, зниження продуктивності праці.

До екологічних проблем впровадження сталого розвитку відносять екологічні катастрофи, виснаження природних запасів, забруднення навколишнього середовища.

До соціальних проблем можна віднести бідність населення, висока смертність, низькі доходи населення, на рівні підприємства до соціальних проблем відносять недостатня кваліфікація працівників, високий ступінь соціальних конфліктів, слабка соціальна захищеність персоналу.

Сьогодні на промислових підприємствах України реалізація концепції сталого розвитку значно ускладнюється недостатнім фінансуванням з боку держави через складне економічне становище спричинене повномасштабним вторгненням на територію України російських військ та тимчасовою окупацією частини територій України.

Проте незважаючи на складні умови сьогодення промислові підприємства України повинні здійснювати свою діяльність у відповідності до вимог сталості та думати про вплив своєї діяльності на довкілля. Для цього їм перш за все потрібно:

- розробити стратегію, яка б забезпечувала стійке зростання підприємства на засадах дотримання оптимальних пропорцій свого внутрішнього розвитку і збалансованості з розвитком екологічної та соціальної систем;

- розробити систему моніторингу і контролю показників реалізації стратегії сталого розвитку за блоками: фінансова сталість, виробнича сталість, маркетингова сталість, соціально-екологічна сталість;

- інвестувати прибутки в модернізацію виробництва, застосування ресурсозберігаючих та еко-ефективних технологій;

- вдосконалювати систему управління якістю на підприємстві;

- створити сприятливі умови для праці та розвитку робітників.

Досягнення підприємствами стану сталого розвитку є надзвичайно складним, важливим та вкрай необхідним завданням, оскільки подальший економічний рух вперед має пролягати лише через дбайливе ставлення до навколишнього середовища, досягнення та підтримання соціальних гарантій людини, що закріплені на законодавчому рівні. Чітке та безпомилкове виконання вище зазначених дій для організації сталого розвитку підприємства призведе до покращення економічної системи підприємства, зростання екологічної відповідальності підприємства та екологічно свідомого суспільства в цілому та сприятиме прийняттю правильних рішень для розв'язання існуючих екологічних проблем, досягненню високих економічних показників підприємства, що впливатиме на підвищення рівня добробуту населення.

Список використаних джерел

1. Квятковська Л. А. Реалізація принципів концепції сталого розвитку в діяльності підприємства / Л. А. Квятковська // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – Вип. 1. – С. 85–89.

2. Кузьміна О.С. Аналіз підходів до трактування поняття “сталий розвиток підприємства” // Вісник Хмельницького національного університету 2015, № 5, Т. 1. С. 13-21.

3. Телешевська С. М. Проблеми управління сталим розвитком в сучасних умовах на вітчизняних підприємствах // Вісник Хмельницького національного університету 2011, № 3, Т. 1. С. 71-74.

4. Кондаурова Д. С. Совершенствование механизма устойчивого развития промышленного предприятия. Экономика, управление, финансы: материалы II Междунар. науч. конф., г. Пермь, декабрь 2012 г. Пермь, 2012. С. 130–132.

5. Реализация стратегии устойчивого развития: вызовы и возможности. 2015. URL: <https://www.pwc.ru/ru/events/2015/assets/sus-event-presentation.pdf>.

УДК 657.1:658

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

МАРИНА БІЛІНЕЦЬ, МАРИНА КОЧЕТКОВА

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
Україна*

Сталий розвиток підприємств - це процес, спрямований на збільшення прибутковості і стабільності бізнесу на довгострокову перспективу. Це досягається за рахунок використання стратегій, які забезпечують ефективне управління ресурсами, підвищення якості продукції та послуг, розвитку нових ринків і збільшення конкурентоспроможності на міжнародному рівні[1].

Сталий розвиток підприємств в Україні - це комплексний процес, який передбачає забезпечення їх стійкого розвитку в довгостроковій перспективі з урахуванням економічних, соціальних та екологічних аспектів. Для досягнення цієї мети необхідно вирішувати ряд проблем, серед яких:

Економічні проблеми: недостатність фінансових ресурсів, відсутність ефективної системи управління та планування, низький рівень конкурентоспроможності, відсутність доступу до новітніх технологій.

Соціальні проблеми: низький рівень заробітної плати, нестабільність зайнятості, несприятлива соціальна інфраструктура, відсутність розвинутої системи соціального захисту.

Екологічні проблеми: забруднення навколишнього середовища, використання застарілих технологій, неефективне використання ресурсів.

Сталий розвиток є необхідним для підприємств в Україні. На сьогоднішній день, зростає свідомість щодо необхідності забезпечення сталого розвитку, як для підприємств, так і для всього суспільства. Сталий розвиток дозволяє підприємствам зберігати свою конкурентоспроможність, підвищувати ефективність та економію, а також забезпечувати відповідальну поведінку перед споживачами та суспільством.

Крім того, світові тренди та вимоги ринку диктують необхідність дотримання принципів сталого розвитку підприємствами, що забезпечує їхню конкурентоспроможність та успішну інтеграцію в міжнародну економіку.

Обов'язковим елементом реалізації стратегії сталого розвитку є створення системи діагностики та розвитку потенціалу сталого розвитку[2].

Сталий розвиток підприємств є важливим аспектом в економічному, соціальному та екологічному розвитку суспільства. Економічно, сталий розвиток підприємств забезпечує зростання прибутковості і зменшення ризику відтоку капіталу. Це досягається за рахунок збільшення продуктивності праці, використання ефективного управління ресурсами та зменшення витрат.

Соціально, сталий розвиток підприємств забезпечує розвиток співпраці між підприємствами та соціальними партнерами, що сприяє збільшенню рівня життя людей та зменшенню соціальних проблем.

Екологічно, сталий розвиток підприємств забезпечує збереження навколишнього середовища та зменшення впливу на нього. Це досягається за рахунок впровадження екологічно чистих технологій, зменшення кількості відходів та ефективного використання ресурсів.

Вирішення проблем сталого розвитку підприємств в Україні може бути досягнуте шляхом застосування комплексного підходу, який включає в себе такі кроки:

Розроблення та впровадження стратегій сталого розвитку на рівні окремих підприємств та національному рівні. Це передбачає розроблення планів дій з метою забезпечення більш стійкого розвитку, враховуючи потреби нинішнього та майбутніх поколінь, та визначення конкретних цілей та метрик успішності.

Використання більш екологічно чистих технологій та матеріалів. Це може бути досягнуто шляхом впровадження екологічно чистих технологій виробництва, використання більш ефективних систем управління відходами та водними ресурсами, а також застосування практик енергоефективності.

Застосування механізмів стимулювання підприємств до здійснення сталого розвитку. До таких механізмів можуть належати фінансові пільги, знижки на податки, кредитні програми для підприємств, які працюють в екологічно чистому напрямку.

Розвиток інноваційних проектів, які спрямовані на зменшення негативного впливу виробництва на навколишнє середовище та забезпечення більш ефективного використання ресурсів.

Розвиток освіти та підвищення свідомості громадськості щодо сталого розвитку та екологічних проблем. Це може бути досягнуто шляхом проведення різноманітних інформаційно-освітніх кампаній, науково-пропагандистських заходів, підготовки фахівців у галузі сталого розвитку та екології, а також сприяння розвитку наукових досліджень в цій галузі.

Зміна поведінки споживачів та підвищення їх свідомості щодо екологічних проблем. Це може бути досягнуто шляхом проведення інформаційних кампаній щодо зменшення споживчого підходу до ресурсів, використання екологічно чистих товарів та послуг, впровадження практик переробки відходів та використання більш екологічно чистих транспортних засобів.

Створення сприятливого бізнес-середовища та забезпечення правової бази для здійснення сталого розвитку. Це може бути досягнуто шляхом удосконалення законодавства у галузі сталого розвитку, сприяння розвитку інноваційних підприємств, підтримки діяльності малих та середніх підприємств, що працюють в екологічно чистому напрямку.

Впровадження програм сталого розвитку надає підприємству ряд економічних, соціальних та екологічних переваг. До таких переваг відноситься:

- підвищення рівня управління підприємством;
- покращення соціальної репутації підприємства;
- нові ринкові можливості;
- ріст інвестиційної привабливості підприємства;
- підвищення ефективної діяльності в області сталого розвитку;
- інноваційний підхід до розробки товарів та послуг;
- мінімізація ризиків в області сталого розвитку;
- ріст ефективності розподілення ресурсів та скорочення витрат[3].

Загалом, сталий розвиток підприємств України є важливим аспектом в забезпеченні збалансованого розвитку суспільства, який враховує економічні, соціальні та екологічні аспекти.

Список використаних джерел

1. Стимулювання сталого розвитку регіону: автореферат дис. канд. екон. наук: 08.00.05/ В.Г. Поліщук; Луц. нац. техн. ун-т. Луцьк, 2010. 24 с
2. Малик І. П., Вецко Т. М. Механізм забезпечення сталого розвитку підприємств України. Сучасні підходи до управління підприємством: зб.тез доп. ІХ Всеукраїнської наук.-практ.конф., м. Київ, 12 квіт. 2017 р. Київ, 2017. С. 64-69.
3. Тарасенко І.О. Сталий розвиток підприємств легкої промисловості: теорія, методологія, практика. Київ : КНУТД, 2010. 389 с.

УДК338.43:339.137

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ НА ОРГАНІЧНИХ РИНКАХ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ЕЛІНА ПАХУЧА, ВЛАДИСЛАВ БАБИКА

Харківський державний біотехнологічний університет, Україна

Не залежно від функціонування в галузях народного господарства сучасні товаровиробники в умовах глобалізації зіштовхуються з конкурентною боротьбою. Сучасні підприємці аграрної сфери економіки стають учасниками конкурентної боротьби за споживача в умовах манливого зовнішнього середовища. Також зростає їх залежність від здатності виживання в конкурентній боротьбі використовуючи комплекс переваги над конкурентами.

Сучасні зміни основних аспектів конкуренції та особливостей аграрного виробництва вплинули на прискорення глобалізації аграрного ринку разом з зростанням агресивності в усіх його секторах. В даних умовах більшість аграрних товаровиробників була неготова до ефективного господарювання, швидкої та систематичної зміни макросередовища, яке вимагає для досягнення конкурентоспроможності підвищення якості продукції, оптимізації витрат на

виробництво та реалізацію, удосконалення методів та способів управління та організації виробництва.

Разом з тим подальша зміна відносин власності в аграрній галузі економіки, викликали загострення інтересів між державою та сільськогосподарськими виробниками, що викликало зниження рівня конкурентоспроможності товаровиробників.

В Україні аграрна галузь економіки залишається найбільш перспективною та пріоритетною, так як забезпечує продовольчу безпеку країни. Однак для ведення ефективного господарювання аграрного виробництва, слід приділити увагу вирішенню такого питання як ефективність виробництва конкурентоспроможної продукції сільськогосподарськими підприємствами.

Для забезпечення попиту споживачів не лише за кордоном, але й в Україні постає питання забезпечення конкурентоспроможності органічної продукції. Конкурентоспроможність органічної продукції – це набір певних властивостей та особливостей товару, що забезпечує її унікальність та відмінність від інших аналогічних товарів. До таких властивостей можна віднести якість товару, унікальність торгової марки, ціну, маркування та упаковку товару. Забезпечити конкурентоспроможність продукції можна лише за умови визначення її конкурентних переваг, а в подальшому – їх зміцнення та примноження[1, с.45].

На внутрішньому ринку за 2021 р. реалізовано 9780 тонн органічної продукції вітчизняного виробництва на суму 33 млн. дол. США. Станом на 2021 р. переробні вітчизняні товаровиробники виробляють кінцеву фасовану органічну продукцію, яка продається на внутрішньому ринку. Найбільші вітчизняні органічні господарства розташовано в Одеській, Херсонській, Київській, Полтавській, Вінницькій, Закарпатській, Львівській, Тернопільській, Житомирській областях. Українські сертифіковані органічні ферми – різного розміру – від кількох гектарів, як у більшості європейських країн, до кількох тисяч гектарів ріллі.

Україна інтегрована у глобальний світовий ринок органічної продукції і вже наразі її пропозиція щодо глобальних органічних продуктів складає вісім товарних позицій, проте переважають товари сировинного походження. В 2021 р. Україна експортувала близько 260 000 т. органічної продукції що більше ніж 30 країн світу на загальну суму близько 220 млн дол. США, з яких 82% було експортовано до ЄС.

Основними партнерами України в сфері торгівлі органічною продукцією виступили США, Литва, Німеччина, Нідерланди та Швейцарія. Ці країни залишаються найбільшими ринками світу органічної продукції, основними логістичним хабами та купівельноспроможними споживачами. Прокладені ескортні шляхи на ринки Японії, ОАЕ та Ізраїлю[2].

Повномасштабна війна у 2022 р. завдала збитків органічному сектору, проте товаровиробники не втримати лідерську позицію при експорті органічної продукції. Враховуючи тимчасову окупацію третини органічних сільськогосподарських земель, бойові дії та проблеми з логістикою, за 8 місяців 2022 р. вітчизняні товаровиробники експортували на 24% більше органічних продуктів порівняно з аналогічним періодом 2021 р.

Розвиток органічного виробництва має низку очевидних конкурентних екологічних, економічних та соціальних переваг. Вимоги до органічного сільського господарства включають не лише питання дотримання екологічних норм чистоти продуктів, а й довкілля. Воно забезпечує збалансований стан екологічної системи, що є підґрунтям сталого розвитку економічної та соціальної сфери. Екологічні продукти харчування не завдають негативного впливу на довкілля й здоров'я населення, а, навпаки, сприяють йому. Органічне сільське господарство економічно ефективніше за традиційне за рахунок усунення втрат сільськогосподарської продукції при замкненому циклі виробництва, вивільненні величезних обсягів природних резервів. Соціальні переваги органічного виробництва полягають у створенні додаткових робочих місць у сільській місцевості й нових перспектив для малих та середніх фермерських господарств, збільшенні життєздатності сільських громад тощо [3, с.44].

Зважаючи на існуючий прогрес у розвитку органічного виробництва в Україні, необхідно враховувати фактори, які гальмують реалізацію масштабного потенціалу України у цьому сегменті аграрного сектору. Це передусім недосконалість діючого нормативно-правового регулювання для органічного виробництва; відсутність ефективної системи державного нагляду (контролю) з боку держави за виробництвом та якістю продукції, що спричиняє недобросовісну конкуренцію серед виробників, роздрібних продавців та призводить до шахрайства (псевдоорганічні продукти) на внутрішньому та міжнародних ринках; відсутність системи ефективного захисту прав споживачів та дієвої системи санкцій щодо фальсифікатів продукції тощо.

Сільськогосподарські підприємства повинні вчасно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі, яке створює можливість появи ризику для їх ефективної діяльності та позиції на ринку. В даних умовах товаровиробники повинні враховувати та прогнозувати можливі зміни швидше за конкурентів. Швидкість реакції на зміни в першу чергу пов'язана з внутрішніми можливостями реалізації стратегії розвитку підприємства. Яка в свою чергу включає заходи вибору стратегічних напрямів розвитку, визначення головної мети та цілей, які спрямовані на впровадження оптимального варіанту виробництва та реалізації продукції в умовах раціонального використання ресурсного потенціалу підприємства.

В умовах глобалізації ринків для підприємств аграрного сектору економіки головною проблемою постає залучення потенційних інвесторів. В свою чергу аграрний сектор для потенційних інвесторів є інвестиційно непривабливим. Що пояснюється тривалим терміном окупності коштів, значними обсягами капіталовкладень та впливом значної кількості неконтрольованих факторів на результат реалізації проекту інвестування. Інвестор в першу чергу має на меті отримати економічну вигоду від вкладених коштів у розвиток аграрного виробництва. Найбільш привабливими для інвестицій є підприємства які спроможні забезпечити окупність інвестиційних вкладень, зростання самого виробництва та гарантоване повернення вкладеного капіталу. Головними показниками які цікавлять інвестора є платоспроможність, фінансова стабільність та рентабельність, які безпосередньо відображають виробничо-господарську

діяльності підприємства. На практиці підприємства які мають чітку програму стратегії свого розвитку є інвестиційно привабливими підприємствами.

Для забезпечення сталого розвитку підприємств в умовах глобалізаційних процесів та посилення їх позицій на ринку основними пріоритетами має стати реалізація заходів забезпечення їх конкурентоспроможності, а саме: розробка раціональної та оптимальної програми виробництва у відповідності до вимог ринку та потреб споживачів; кооперування діяльності аграрних підприємств; поглиблення інтеграційних процесів; впровадження стратегії сталого розвитку підприємства враховуючи досвід підприємств конкурентів та специфіки його діяльності, що дасть можливість реалізувати стійкі конкурентні позиції на ринку.

Для формування високого рівня конкурентоспроможності підприємств необхідно створити умови для їх сталого розвитку. Один з факторів що впливає на конкурентоспроможність виробничих структур є ефективність виробництва конкурентоспроможної органічної продукції. Тому необхідно вирішити питання підвищення рівня конкурентоспроможності органічної продукції, що впливає на рівень загальної конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства.

Список використаних джерел

1. Коценко М.С. Конкурентні переваги у системі забезпечення конкурентоспроможності органічної продукції. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2021. Вип.43.С. 44–50.
2. Офіційний сайт Федерації органічного руху України. URL: <http://www.organic.com.ua> (дата звернення: 02.03.2023).
3. Куліш Л. П. Розвиток конкурентоспроможного органічного виробництва в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 1. С. 42–46.

УДК 338.021

ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

ОЛЕНА БОРИСЮК, ВЛАДИСЛАВА ЛОЗОВИК

Волинський національний університет ім. Лесі Українки, Україна

Сфера страхування проходить етап активного освоєння нових технологій. В даний час будь-який клієнт тієї чи іншої організації легко знайде в Інтернеті рейтинги з різних видів страхування. Крім того, різні веб-додатки можуть дозволити страхувальникам здійснювати онлайн-розрахунки каско та інших видів страхування в Інтернеті, замовити доставку полісу та договору додому кур'єром, а також оплатити надання послуги онлайн. Проте останнім часом найгострішою темою для обговорення стало надання онлайн-послуг для клієнтів, придбання полісів страхування онлайн, запис на прийом до офісу страхової компанії, віддалена оцінка збитків, тощо. До цифрових технологій на страховому ринку можна віднести [1]:

Онлайн-купівля страхових полісів: клієнти можуть придбати страховий поліс онлайн, що дозволяє їм зекономити час і зручності.

Мобільні додатки: додатки дозволяють клієнтам легко керувати своїми полісами, повідомляти про збитки, відстежувати свої платежі та звертатися за допомогою.

Використання даних: страхові компанії можуть використовувати аналітику даних, щоб прогнозувати ризики, покращити оцінку ризиків та визначення страхових премій.

Віртуальні огляди: страхові компанії можуть проводити огляди через відеозв'язок, що зекономить час і зручності для клієнтів.

Розумні договори: за допомогою технології блокчейн страхові компанії можуть створювати «розумні» договори, що дозволяють автоматизувати процеси, зменшити витрати та унеможливити зловживання. В цілому, цифрові технології допомагають страховим компаніям поліпшити свої процеси та покращити якість обслуговування своїх клієнтів [2]. Додатково, цифрові технології також дозволяють страховим компаніям покращувати свої процеси управління ризиками та уникнення шахрайства, що є дуже важливим на шляху розвитку страховому ринку.

Водночас набувають великого розвитку наступні технології на страховому ринку [3, с. 170]:

Використання штучного інтелекту (AI) для аналізу даних: страхові компанії можуть використовувати AI для автоматизації процесів, таких як аналіз даних клієнта, виявлення шахрайства та ризиків.

Використання дронів для оцінки збитків: страхові компанії можуть використовувати дрони для оцінки збитків, зокрема в районах, що складно доступні для експертів.

Використання технології Інтернету речей (IoT): страхові компанії можуть використовувати IoT для збору даних з датчиків, що дозволяє їм краще розуміти ризики та оцінювати страхові премії.

Використання технології блокчейн для зберігання даних: страхові компанії можуть використовувати блокчейн для зберігання даних про клієнтів та страхові поліси, що дозволяє забезпечити безпеку та конфіденційність даних.

Загалом, цифрові технології дозволяють страховим компаніям покращувати свої процеси та послуги, що забезпечує більш зручний та ефективний досвід для клієнтів.

Використання цифрових технологій на страховому ринку має значний вплив на розвиток та покращення послуг страхових компаній. Це дає змогу зменшити витрати, покращити якість обслуговування та збільшити швидкість вирішення страхових питань. Тому, зростаюча популярність цифрових технологій на страховому ринку є необхідним та важливим кроком для розвитку галузі та забезпечення кращого досвіду для клієнтів. Разом із тим, до вже згаданих переваг використання цифрових технологій на страховому ринку можна додати декілька позитивних моментів [4, с. 70].

По-перше, цифрові технології дозволяють страховим компаніям побудувати більш гнучкі та настроєні на клієнта послуги, оскільки вони можуть працювати з різними типами даних та даними різної якості. Наприклад, цифрові технології дозволяють страховим компаніям використовувати соціальні мережі для

отримання додаткової інформації про клієнтів та їхнє становище. По-друге, використання цифрових технологій на страховому ринку дозволяє страховим компаніям пропонувати більш інноваційні та високотехнологічні послуги, що допомагає залучати нових клієнтів та зберігати існуючих. По-третє, цифрові технології дозволяють страховим компаніям зменшити негативний вплив на довкілля, наприклад, шляхом зменшення використання паперу та інших ресурсів.

Отже, використання цифрових технологій на страховому ринку має багато переваг, що дає змогу покращувати якість послуг, зменшувати витрати та ризики, пропонувати інноваційні послуги та зберігати клієнтів.

Список використаних джерел

1. Національний банк України. Стратегія розвитку FinTech в Україні до 2025. URL: <https://bank.gov.ua/ua/files/DDWIAwXTdqjdClp>.

2. Біла книга «Майбутнє регулювання ринку страхування в Україні». НБУ. URL: https://bank.gov.ua/ad-R min_uploads/article.White_paper_insurance_2022.pdf.

3. Borysiuk, O., Datsyuk-Tomchuk, M. i Lipovska-Makovetska, N. 2020. Імперативи розвитку фінансового ринку України в умовах цифровізації. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. Том 2 № 22, 2020. 168–176. DOI:<https://doi.org/10.29038/2411-4014-2020-02-168-176>.

4. Карлін М.І., Борисюк О.В. Управління державними фінансами: навч. посіб. Луцьк: ПП Іванюк, 2013. 273 с.

УДК 338.24

РЕВІТАЛІЗАЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

МАРІЯ ТЕПЛЮК

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
Україна*

На сьогоднішній день, значної актуальності набуває питання пов'язані з оздоровленням як окремих суб'єктів господарської діяльності так і економіки в цілому. Саме тому, враховуючи турбулентні умови функціонування нашої країни, саме ревіталізація бізнесу є потужним драйвером перезавантаження економіки України. Відзначимо, що наша держава має великий потенціал для розвитку бізнесу з пролонгованою конкурентоспроможністю. Однак, вкрай несприятливі тенденції останніх, зокрема: світова фінансова криза, пандемія, війна, зумовило скрутне становище для багатьох Вітчизняних підприємств, які наразі знаходяться в стані кризи або стагнації, що призводить до зниження рівня зайнятості населення, що негативно впливає на соціально-економічний розвиток країни. Для вирішення негайних проблем, саме ревіталізація бізнесу може допомогти вирішити дані проблеми, або нівелювати їх, забезпечивши сталий розвиток підприємств та підвищення їх конкурентоспроможності на ринку. Безперечно, саме ревіталізація дозволить збільшити обсяг виробництва та експорту,

підвищить рівень зайнятості та доходів населення, що позитивно вплине на соціально-економічний розвиток країни в цілому [1].

Крім того, ревіталізація бізнесу може сприяти впровадженню новітніх технологій та стимулювати інноваційний розвиток, що зможе допомогти збільшити конкурентоспроможність підприємств та сприяти їх успішному виходу на світові ринки. Тобто, ревіталізація бізнесу є дуже актуальною для України в контексті забезпечення сталого розвитку економіки та підвищення конкурентоспроможності підприємств [2].

На сьогоднішній день, не існує єдиного алгоритму проведення ревіталізації, здебільшого відповідний процес передбачає повний або частковий перезапуск підприємства з метою відновлення його ефективності та конкурентоспроможності на ринку. Даний процес може включати в себе зміни в керівництві, реструктуризацію бізнес-процесів, модернізацію обладнання, збільшення кваліфікації персоналу та інші заходи, що сприяють підвищенню ефективності та результативності підприємства [3]. Найбільш ключовим аспектом ревіталізації є зміна керівництва та менеджменту підприємства. Здебільшого, невдале управління підприємством призводить до неефективного функціонування підприємства, саме тому зміна керівництва може допомогти відновити його ефективність та стабільність [4]. Нове керівництво може генерувати та запроваджувати нові ідеї та стратегії, що дозволить підприємству конкурувати на ринку.

Разом з тим відзначимо, що ревіталізація може означати реструктуризацію бізнес-процесів та використання новітніх технологій, зокрема діджиталізація. Безперечно - це може покращити ефективність та продуктивність підприємства, збільшити якість продукції та послуг, а також знизити витрати на виробництво. На сьогоднішній день, багато підприємств зіштовхнулось з релокацією власного бізнесу, саме тут ревіталізація – може виступати як процес відновлення або оновлення діяльності підприємства, яке пережило складні часи або потрапило в складну ситуацію. Цей процес може бути виконаний за допомогою різних механізмів, таких як фінансові реструктуризації, зміна стратегії бізнесу, оновлення управлінської команди та інше.

Тобто, ревіталізація може бути ефективним механізмом для забезпечення сталого розвитку підприємств, що дозволить підприємствам адаптуватися до змін в економічному середовищі та реагувати на нові виклики, що виникають в турбулентному ринковому середовищі. Зрозумілим є той факт, що якщо підприємство не здатне адаптуватися до змін, воно може стати неконкурентоспроможним та занепасти [5]. Відзначимо, що процес ревіталізації може забезпечити сталий розвиток підприємств шляхом:

Підвищення ефективності виробничих процесів та оптимізацію бізнес-процесів. Ревіталізація може допомогти підприємству знизити витрати на виробництво та покращити якість продукції, що забезпечить більш ефективне використання ресурсів.

Розвиток нових ринків та збільшення обсягів продажів. Ревіталізація може допомогти підприємству знайти нові ринки збуту та розширити свій бізнес, що забезпечить стабільний ріст прибутку.

Ревіталізація є механізмом, який допомагає підприємствам забезпечувати сталий розвиток, особливо у випадках, коли підприємства знаходяться в стані кризи або стагнації.

Ревіталізація полягає в проведенні комплексу заходів, спрямованих на відновлення функціонування підприємства, збільшення його ефективності та конкурентоспроможності. Такі заходи можуть включати в себе оновлення технічного обладнання, вдосконалення виробничих процесів, розробку нових продуктів та послуг, модернізацію бізнес-моделі, залучення нових інвестицій та партнерів.

Для проведення вдалої ревіталізації підприємств, необхідно виконати комплекс заходів, спрямованих на відновлення їх ефективності та стійкості на ринку. Зазвичай ревіталізація складається з наступних етапів:

Аналіз поточного стану підприємства, проведення аналізу фінансових, виробничих, маркетингових та управлінських аспектів діяльності підприємства, з'ясувати його конкурентну позицію на ринку, визначити основні проблеми та недоліки.

Розробка стратегії ревіталізації, необхідно визначити ключові напрямки діяльності, плани вдосконалення процесів та систем управління, а також пріоритетність різних заходів.

Впровадження стратегії, впровадження заходів щодо вдосконалення виробничих технологій, маркетингових стратегій, управління фінансами та персоналом.

Моніторинг результатів, необхідно ретельно моніторити результати та ефективність проведених змін. Це дозволить швидко виявляти негативні тенденції та вчасно коригувати дії.

Отже, ключовим завданням ревіталізації є збереження підприємства та його довгострокове стабільне функціонування. Для цього необхідно здійснювати систематичний моніторинг ринкових тенденцій та змін у споживчому попиті, а також аналізувати діяльність конкурентів та вивчати їх досвід. Ревіталізація допомагає підприємству пристосуватися до нових ринкових умов, змінювати стратегії та виробничі процеси, щоб бути успішними у конкурентній боротьбі.

Список використаних джерел

1. Ruigrok, W., & Wagner, H. (2003). International relocation: A neglected topic in international business research. *Journal of International Business Studies*, 34(2), 89-110. doi: 10.1057/palgrave.jibs.8400021

2. Yeoh, B. S. A., & Willis, K. G. (2005). Gender, migration and work in the global economy: Challenges and opportunities. *Gender, Work and Organization*, 12(4), 299-318. doi: 10.1111/j.1468-0432.2005.00272.x

3. Carr, S. C., Inkson, K., & Thorn, K. (2005). From global careers to talent flow: Reinterpreting 'brain drain'. *Journal of World Business*, 40(4), 386-398. doi: 10.1016/j.jwb.2005.06.002

4. Harvey, M. G., & Novicevic, M. M. (2002). The impact of expatriate experiences on career advancements: A study of American and European managers. *Journal of World Business*, 37(3), 173-183. doi: 10.1016/S1090-9516(02)00067-1

5. Bao, Y., & Shaw, J. D. (2013). Global mobility: An empirical test of the gender gap in performance and career outcomes. *Journal of International Business Studies*, 44(5), 525-547. doi: 10.1057/jibs.2013.26

УДК 338

УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

РОМАН ШЕРСТЮК, ОЛЕКСАНДР ПЛОТНИКОВ

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

Протягом останніх років тематика цифрової трансформації є актуальною для більшості українських суб'єктів господарювання, які включають у стратегічний порядок денний свого розвитку питання цифровізації бізнес-процесів. На сьогодні цифрова трансформація стала затребуваним інструментом створення адекватних до пандемії COVID-19 умов функціонування бізнесу; досягнення сталого розвитку компанії в умовах невизначеності; скорочення витрат на розробку нових продуктів та часу їх виведення на ринок; реалізації сучасних підходів до формування нових якостей компанії та її відповідності до тенденції постійного прискорення науково-технологічного прогресу.

Під цифровою трансформацією розуміємо впровадження новітніх технологій у бізнесові процеси суб'єкта господарювання. Вказаний підхід включає не тільки придбання прогресивного програмного забезпечення чи нового обладнання, а й здійснення кардинальних перетворень у методах управління, способи зовнішніх комунікацій, вибудовування та розвиток корпоративної культури [1, с. 331]. Умовами цифрової трансформації є: чітке бачення й розуміння стратегії; вмотивована команда; адаптація персоналу до оновлених бізнес-процесів; система цифровізації. У цьому контексті управління бізнес-процесами в умовах зростання цифровізації є сукупністю коштів, методів та підходів, орієнтованих на інформаційні технології з метою автоматизації, аналізу, покращення процесів та операцій, які вони підтримують.

Цифрова трансформація управління бізнес-процесами за допомогою соціальних, мобільних, аналітичних та хмарних технологій дає змогу скоротити обсяг паперових носіїв інформації та документування, підвищити реактивність процедур та операцій з операційного менеджменту, зменшити трудомісткість операцій, зробити весь управлінський контур більш мобільним та оптимізованим. Завдяки цьому можливо не тільки поліпшити залученість та утримання працівників, але й досягти помітного підвищення показників роботи підприємства шляхом постійної трансформації.

У сучасному світі щодня зростає конкуренція серед суб'єктів господарювання та збільшуються вимоги до якості продукції. Основною метою цифрової трансформації є підтримка керівника та підрозділів підприємства в питанні збільшення ефективності та конкурентоспроможності за кожною

операційною дією. Варто зазначити, що провідним технологіям на підприємстві відведена центральна роль у процесі цифрових перетворень, але не варто вважати посередніми бізнес-процеси, моделі розвитку, корпоративну культуру та етику, а також готовність до майбутніх змін.

Основними інструментами, які підвищують ефективність бізнес-процесів в умовах цифровізації є такі: аутсорсинг; бенчмаркетинг; інформаційні та цифрові технології / програмне забезпечення, автоматизація; управління знаннями; інтеграція ланцюжка поставок; венчурне фінансування; процесно-орієнтоване управління; мерчандайзинг; інжиніринг/реінжиніринг; вимір рівня задоволеності клієнтів; стратегічне планування; збалансована система показників; ключові компетенції; інші інструменти: корпоративна культура; реструктуризація; стратегічні альянси тощо. У сучасних реаліях саме такі інструменти допомагають топ-менеджерам підприємства підвищити ефективність бізнес-процесів за допомогою застосування різного роду технологій.

Згідно з напрацюваннями вчених Центру цифрової трансформації бізнесу, ключовими областями цифрових перетворень у структурі управління бізнес-процесами виступають [2, с. 1326]: робота з клієнтами (розуміння клієнта, взаємодія підприємства з клієнтом для задоволення його потреб); операційні бізнес-процеси (автоматизація виробничих процесів; реалізація креативного потенціалу працівників; управління продуктивністю); бізнес-моделі підприємства (цифрова глобалізація; залучення нових цифрових бізнес-моделей). Цифрова трансформація виводить підприємство на новий рівень розвитку, зачіпаючи інтереси персоналу підприємства. Тому необхідно постійно перебувати з персоналом у контакті, своєчасно проводити навчання за нововведеннями, а також не забувати мотивувати співробітників, щоб на виході одержувати якісний продукт.

Виходячи з фактичного стану підприємства, його фінансових та кадрових можливостей, цифровізацію бізнес-процесів можна проводити використовуючи один з наступних способів: оптимізацію існуючих бізнес-процесів; цифрову трансформацію бізнес-процесів, або ж розробку нових бізнес-процесів.

Цифровізація бізнес-процесів на підприємстві дасть змогу зафіксувати внесені зміни з виділенням усіх важливих деталей, внаслідок чого керівники різних рівнів матимуть можливість проконтролювати якість проходження кожного з етапів. За цих умов внесення змін буде супроводжуватися мінімальними витратами часу та зусиль, а також більш прозорим провадженням бізнесу. Переваги цифрової трансформації для бізнесу: рішення з урахуванням достовірних відомостей; підвищення продуктивності; залучення споживачів; забезпечення інформаційної безпеки; зміцнення партнерських відносин; розвиток послуг на вимогу. Отже, цифрова трансформація кардинальним чином змінює бізнес-процеси на підприємстві, створює цифрове робоче середовище, дає змогу впроваджувати інновації та передові рішення.

Список використаних джерел

1. Baier M.-S. Success factors of process digitalization projects – insights from an exploratory study. *Business process management journal*. 2022. Vol. 28, № 2, pp 325–347.

2. Nwankpa J. Process innovation in the digital age of business: the role of digital business intensity and knowledge management. *Journal of knowledge management*. 2022. Vol. 26. № 5. P. 1319–1341.

УДК 677.017.8

ЕКОЛОГІЧНАСТІЙКІСТЬТАСТАЛАМОДАДЛЯТЕКСТИЛЬНОЇПРОМИСЛОВОСТІ

ОЛЕНА ПАХОЛЮК¹, ОКСАНА ПЕРЕДРІЙ¹, ІРИНА МАРТИРОСЯН²

¹*Луцький національний технічний університет, Україна*

²*Одеська національна академія харчових технологій, Україна*

Щорічно текстильна промисловість споживає 132 млн. тонн вугілля, від 6 до 9 мільярдів літрів води, а 60 з більш ніж ста мільярдів предметів одягу, які випускаються щороку, люди викидають протягом 12 місяців після покупки. Це негативно впливає на навколишнє середовище. Враховуючи різноманітність текстильних волокон, які можуть бути використані, безліч різноманітних видів текстильних виробів та їх кінцеве використання, а також широкий спектр пов'язаних із ним впливів на навколишнє середовище, в життєвому циклі необхідно вирішити ряд проблемних моментів. Аналізуючи життєвий цикл текстильних виробів, необхідно зосередитись на наступних проблемних сферах, що мають значний вплив на навколишнє середовище:

виробництво бавовни: екотоксичність, пов'язана з використанням добрив і пестицидів, є основним фактором, що впливає на споживання енергії і екотоксичність. Одним із важливих питань є вплив на природні ресурси, пов'язані із використанням зрошувальної води;

виробництво вовни: миття шляхом протирання може призвести до скидання жиру, поту і ектопаразитидів в стічні води і пов'язану з ними екотоксичність, і цей процес також вимагає використання значної кількості технологічної енергії;

виробництво штучних волокон целюлози: енергія, що використовується для одержання цих волокон, має великий вплив на зміну клімату і екотоксичність. Цей тип клітковини в основному виробляється з деревини, і вплив на навколишнє середовище, пов'язаний із нестабільною лісогосподарською практикою і нелегальною рубкою, може бути значним;

виробництво синтетичних волокон: енергія і сировина, що використовуються для одержання цих волокон, мають великий вплив на зміну клімату і екотоксичність. Нейлонові (поліамідні) волокна, виробництво яких потребує найбільшої енергії та технічно найважче переробляти;

технологічна енергія та екотоксичність, пов'язані зі спінінгом, обгорткою, фарбуванням, друкуванням і обробкою: багато фаз виробництва у ланцюжку постачання текстильних виробів пов'язані із використанням виробничих хімікатів і енергії у цих процесах. Виробничі хімічні речовини і залишки, що утворюються у результаті промивання, можуть забруднювати повітря і стічні води;

енергія та екоотоксичність, пов'язані із використанням текстильних виробів: ці впливи, в першу чергу, стосуються енергії і миючих засобів, і на них може вплинути вибор волокон та їх суміші. У порівняльних дослідженнях промислового та побутового прання і сушіння було виявлено, що промислове прання є більш ефективними, ніж побутове прання / сушіння і отже, воно може зменшити вплив на навколишнє середовище протягом фази використання;

токсичність для людей, пов'язана з виробництвом і функціональними хімікатами: хімікати, що використовуються у процедурах виробництва може становити ризик для здоров'я людей, тобто як для здоров'я працівників виробничих потужностей, так і для здоров'я кінцевих споживачів, які можуть зазнати впливу хімікатів, якщо вони залишаються у кінцевому продукті.

Екологічна стійкість має важливе значення для текстильної промисловості з кількох причин:

зменшення використання природних ресурсів: текстильна промисловість потребує великої кількості природних ресурсів, таких як вода, енергія, волокна рослинного або тваринного походження. Забезпечення екологічно стійкого виробництва, такого як використання ефективних технологій водопостачання, використання відновлюваних джерел енергії та раціональне використання волокон, може допомогти зменшити використання природних ресурсів і знизити вплив текстильної промисловості на навколишнє середовище;

зменшення забруднення води та повітря: виробництво текстилю може супроводжуватись викидами забруднених стоків у водоймища та викидами шкідливих речовин у повітря. Екологічно стійкі практики, такі як використання ефективних систем очищення стічних вод, контроль викидів та використання низькозабруднюючих технологій, можуть допомогти зменшити забруднення води та повітря в результаті текстильного виробництва;

зменшення відходів та покращення управління відходами: текстильна промисловість також може бути джерелом великої кількості відходів, таких як обрізки тканин, непотрібні залишки, технічні відходи та упаковка. Використання ефективних систем управління відходами, таких як переробка відходів, використання вторинних сировинних матеріалів та відновлення відходів у процесі виробництва, може допомогти знизити негативний вплив.

Стала мода – поки що маловідоме для України явище, але воно стрімко набирає оберти і в нашій країні. Міжнародна експансія швидкої моди посилює проблему в глобальному масштабі. Fast fashion (швидка мода) фокусується на швидкості і низьких витратах, для того щоб знову і знову представляти нові колекції, копіюючи образи знаменитостей або нішевих брендів. Виробляючи дешево і багато, мас-маркет робить одяг «одноразовим». Стала мода передбачає відповідальне ставлення до планети, природи та до людей. В ідеалі, дизайнер замислюється про всі етапи життєвого циклу речі: як вона з'являється, як використовується і де закінчує свій цикл. В ідеалі, при виробництві і споживанні речей екосистемі планети не наноситься шкоди.

Таким чином, екологічна мода є важливою частиною тенденцій сталого розвитку. Вона включає підходи, які спрямовані на зменшення негативного

впливу текстильної промисловості на довкілля та забезпечення більш екологічно стійкого виробництва, використання та відновлення одягу.

Основні аспекти екологічної стійкості та сталої моди включають:

– використання екологічно стійких матеріалів: екологічна мода використовує волокна, такі як органічна бавовна, бамбук, льон, конопля та інші волокна, які вирощуються без використання шкідливих хімікатів та з меншим негативним впливом на довкілля;

– використання вторинних сировинних матеріалів: стійка мода сприяє використанню вторинних сировинних матеріалів, таких як перероблені текстильні відходи, рибальські сітки, відновлені текстильні вироби та інші матеріали, що можуть бути використані для створення нових модних виробів, зменшуючи таким чином потребу в нових матеріалах та відходах;

– впровадження нових технологій виробництва: потрібно застосовувати нові ресурсозберігаючі технології та технічні інновації, такі як перехід на відновлювані джерела енергії, оптимізація існуючих технологій для зменшення попиту на енергію, нові технології у фарбуванні текстилю та зменшення використання води та хімікатів;

– продовження терміну експлуатації одягу: екологічна мода пропагує культуру використання одягу більш тривалий період, уникання швидкої моди та масового викидання одягу. Це може включати ремонт, вдосконалення, відновлення, рециклінг та обмін одягом;

– сприяння справедливого виробництва: стала мода підтримує справедливі умови виробництва, включаючи справедливу оплату праці, безпечні умови праці та захист прав працівників.

Є помилковим уявлення про те, що стійка мода означає тільки вживання вже наявного в шафі власного одягу. Є багато невеликих і легких змін, які можна зробити. В сукупності вони будуть мати велике значення для навколишнього середовища, як соціально, так і екологічно. Саме завдяки державним проектам стійка мода дійде до масового споживача і змінить культуру ставлення до навколишнього середовища, природи і людей.

Список використаних джерел

1. Тенденції повторного використання та управління текстильними відходами в Європі / Пахолук О.В., Дзюбинський А.В., Демкович Я.В. // Ресурсозберігаючі технології легкої, текстильної і харчової промисловості: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів, 24 листопада 2022 р. – Хмельницький : ХНУ, 2022. – С. 117-119.

2. Значення екологічної стійкості для текстильної промисловості / Пахолук О.В. та ін. // Ресурсозберігаючі технології легкої, текстильної і харчової промисловості: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів, 24 листопада 2022 р. – Хмельницький : ХНУ, 2022. – С. 119-121.

3. <https://www.rbc.ua/ukr/lite/moda/osoznannaya-moda-mass-market-vredit-ekologii-1537779523.html>.

OPERATIONS MANAGER: FUNCTION, SKILLS AND ABILITIES

OLGAOVETSKA, KOSTIANTYN ZALISKYI

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas, Ukraine

The person who is doing operation within the company take a name operation manager. He is the key figure of the system, has the ultimate responsibility for the creation of goods or pro-vision of services. Operation managers usually perform his task by [1]:

- preparing program budget,
- facilitating programs around the company,
- controlling the inventory,
- handling logistics,
- interviewing candidates and supervising employees.

At its core, the role of an operations manager is to ensure that key processes and practices are implemented effectively throughout an organization. Simply put, operations managers or chief operating officers (COOs) are in charge of maintaining and improving the efficiency and effectiveness of a company's employees and processes. More specifically, they work on mapping out strategies, enhancing performance, acquiring resources, and ensuring legal compliance. An operations manager is directly responsible for the day-to-day operations of an organization or one of its departments and that unit's decision-making. They ensure that the business functions without operational bottlenecks that can cost valuable time and money [2].

In terms of skills and abilities, operations managers need a healthy mix of hard and soft skills. Depending on the industry, managers may need mechanical aptitude and knowledge of manufacturing equipment, but most certainly will use computers and a variety of related software programs, including customer management tools and budgeting and accounting software. They also need to be able to manage people effectively using good listening, motivation and communication skills [3].

As for the job profile, the work of an operations manager is multifaceted. They're entrusted with a wide range of key responsibilities. Let's take a look at some of the primary responsibilities and function of an operations manager:

- analyze and improve organizational process and workflow, employee and space requirements, and equipment layout, implement changes;
- coach, counsel, and discipline employees;
- planning, monitoring, appraising, and reviewing job contributions;
- implement production, productivity, quality, and customer-service standards; resolve problems; etc.

Among the requirements for an operations manager:

- work experience as Operations Manager or similar role at least for 2 years;
- knowledge of organizational effectiveness and operations management;
- excellent communication skills;
- leadership ability;

- outstanding organisational skills etc.

The analysis of current operational manager vacancies was carried out on the most popular job search sites among Ukrainians, such as roboota.ua [4] and work.ua [5]. The investigated vacancies include such companies as: FILM.UA Group (the largest vertically integrated group of companies in the field of film and television production in Eastern Europe); chain of stores «MYplay»; «INWHITE» (a national facility company); THE Capital (real estate agency); Ajax Systems (an international technology company, Europe's largest developer and manufacturer of Ajax security systems with smart home capabilities); «VOLTEN GROUP» company (since 2010 produces and supplies a wide range of high-quality electrical equipment for power transmission lines and substations); ROZETKA (the country's largest online retailer) and others.

So Operations Managers deal with processes across a wide range of functional workflows, from manufacturing to sales and everything in between. The conducted analysis made it possible to highlight the most common requirements for today's operations manager in the vast majority of companies:

- Higher specialized education - bachelor's degree or a master's degree (depending on the company);
- Work experience in companies (2-3 years);
- Fluency in foreign languages.

Since an operations manager's role is complex and multifaceted, they must be versatile and possess a skill set (organizational and communication skills, stress resistance; analytical skills; data-processing skills, well-developed process building and debugging skills...) to meet the requirements of such a broad job with wide-ranging responsibilities.

References

- 1 Radosław Wolniak (2019). Operation manager and its role in the enterprise. *Production Engineering Archives*. 24, 1-4. URL: <https://sciendo.com/downloadpdf/journals/pea/24/24/article-p1.xml>
- 2 The Upwork Team.(2022).What Is an Operations Manager?May 24, URL: <https://www.upwork.com/resources/operations-manager-job-description>
- 3 Elisabeth Natter (2019).The Role of an Operations Manager.*Chron*. February 22, <https://smallbusiness.chron.com/list-business-management-responsibilities-19119.html>
- 4 Operations manager (2023). Website: <https://roboota.ua/ua>
- 5 Operations manager (2023). Website: <https://www.work.ua/jobs/>

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

НАЗАРІЙ КОНЕВИЧ

*ВСП «Калуський фаховий коледж економіки, права та інформаційних технологій
ІФНТУНГ», Україна*

Цифрова трансформація формує нові тенденції та умови розвитку організацій в Україні, проте вона також призводить до появи проблем та протиріччя щодо їхнього функціонування. Незважаючи на це, цифрова трансформація відкриває безмежні можливості, особливо в сучасних умовах.

Цифрова трансформація пов'язана зі структурними змінами в організації, які значно змінюють всі бізнес-процеси, ланцюги створення вартості та зовнішні комунікації, менеджмент, соціальну відповідальність та корпоративну культуру тощо. Це сприяє перетворенню бізнес-моделі функціонування та розвитку організацій. Таким чином, цифрова трансформація охоплює практично всі сфери діяльності організації і передбачає не тільки еволюцію здійснення бізнес-процесів, але й цілісну зміну підходів до роботи всієї організації. Як результат, розвинене цифрове середовище, в якому організація здійснює свою діяльність, позитивно впливає на реалізацію принципів сталого розвитку організації [1, 2], зокрема: поєднання збереження природи і розвитку суспільства; задоволення основних потреб людини; досягнення рівності та соціальної справедливості; забезпечення соціального самовизначення та культурного різноманіття; підтримання цілісності екосистем. При цьому системоутворюючим є принцип цілісності.

Сьогодні, через пандемію коронавірусу та воєнні дії в Україні, потенціал цифровізації значно розширився та еволюціонував, і його вплив став набагато фундаментальнішим. Внаслідок цього, переваги розвитку цифрової трансформації можуть бути використані не тільки як інструмент підвищення ефективності бізнес-процесів організацій, але також як спосіб забезпечення сталого розвитку.

Цифрові технології значно сприяють доступу до знань, які є нескінченним джерелом ресурсів, недоступних для вичерпання. Це дозволяє суспільству отримувати значну користь від розвитку інформаційного суспільства. Організації також можуть скористатися цими перевагами, забезпечивши компетентність та інформованість своїх працівників. Одночасно, в цифровому світі особливу роль відіграє компетентність у галузі цифровізації, яка базується на знаннях, навичках та здатності використовувати цифрові технології для організації онлайн-спілкування та взаємодії з клієнтами, постачальниками та іншими стейкхолдерами у цифровому форматі, а також впроваджувати електронний документообіг, використовувати таск-менеджер та інші інструменти.

Штучний інтелект може бути застосований у багатьох галузях, включаючи виробництво, медицину, фінанси та бізнес. У виробництві, наприклад, штучний інтелект може допомогти у плануванні виробничих процесів, контролюванні якості продукції та підвищенні продуктивності.

Проте, важливо враховувати соціальні та екологічні наслідки використання цифрових технологій. Наприклад, автоматизація та роботизація може призвести до зменшення кількості робочих місць та збільшення відстані між керівництвом та робітниками. Використання великих даних може порушувати приватність та безпеку даних, а також призводити до збільшення споживання енергії та викидів вуглецю.

Отже, при впровадженні цифрових технологій важливо забезпечувати баланс між економічним, екологічним та соціальним ефектами, а також брати до уваги етичні аспекти їх використання.

Системи штучного інтелекту включають в себе інтелектуальні людино-машинні інтерфейси, які відрізняються від програмних роботів, що працюють з деталями і інструментами. Системи штучного інтелекту маніпулюють знаннями, необхідними для вирішення різних завдань. Важливо пам'ятати, що сучасні підприємства повинні зосередитися на розробці ефективних методів, щоб уникнути негативного впливу на довкілля. Цифрова революція може бути розглянута з подвійної точки зору, оскільки вона може спричинити збільшення викидів парникових газів. Але наявність цифрових технологій у всіх секторах економіки забезпечує екологічно чисті рішення для всіх соціально-економічних систем.

Застосування цифрових технологій може знизити витрати, покращити якість продукції, скоротити час виробництва та оптимізувати логістичні ланцюги. Приєднуючись до цифрової екосистеми бізнесу, компанія отримує можливість ефективніше виробляти продукт, шляхом об'єднання ресурсів, що належать різним учасникам ринку. Розвинене цифрове бізнес-середовище надає величезні можливості для створення нових вартісних пропозицій, підвищення продуктивності та ефективності і сприяє прийняттю обґрунтованих рішень учасниками бізнесу [3].

Отримання користі від цифровізації можна побачити в збільшенні знань та компетенцій працівників. Цифрові технології також надають можливість диверсифікувати фінансування, знижуючи ризики, пов'язані з форс-мажорами. Крім того, цифрові технології можуть поліпшити управління сталим розвитком, зменшуючи екологічні та соціальні ризики. Зокрема, технології big data можуть поліпшити контакт між сторонами та досягати поставлених цілей в сфері сталого розвитку. Краща цифрова інформаційна прозорість може знизити інформаційну асиметрію та сприяти ухваленню раціональних рішень. Створення цифрових екосистем відіграє ключову роль у сприянні сталому економічному розвитку. Наприклад, розумні міста та сервіси у сферах транспорту, охорони здоров'я, уряду та сільського господарства можуть значно зменшити витрати на утримання підприємств, знизити споживання електроенергії та підвищити ефективність роботи підприємств і стійкість економічної системи.

Розвиток цифровізації підприємств, домашніх господарств та фінансового сектора ускладнює визначення прямого та непрямого впливу інформаційних та комунікаційних технологій на довкілля. Глобалізація, у свою чергу, допомагає впровадженню цифрових технологій. Традиційні товари та послуги поступово

замінюються віртуальними альтернативами, що дозволяє скоротити споживання енергії та викиди.

Засоби електронної комерції, банкінгу, віртуальні зустрічі та онлайн-освіта зменшують кількість поїздок та пов'язані з ними забруднення навколишнього середовища, сприяючи тим самим екологічній стійкості. Крім того, цифрові технології дозволяють забезпечити стійке виробництво та споживання, а також безперервний запуск та функціонування бізнесу навіть при виникненні негативних ситуацій, таких як пандемія чи воєнний стан.

За час повномасштабного російського вторгнення в Україну було зареєстровано більше 150 тисяч нових бізнесів, що перш за все функціонують за рахунок впровадження сучасних цифрових технологій, що свідчить про те, що налагодження виробничих процесів згідно із сучасними цифровими можливостями дозволяє підвищити ефективність роботи підприємств та використання ресурсів [4].

Дослідження, що були проведені, дозволили визначити вплив цифрової трансформації на сталий розвиток організацій, які зосереджені на розв'язанні екологічних, соціальних та управлінських проблем. Для досягнення сталого розвитку необхідно створити та розвивати механізми, які забезпечують активну участь менеджменту та всіх стейкхолдерів у вирішенні проблем внутрішнього та зовнішнього середовища.

Для досягнення цілей сталого розвитку необхідно мати набір інструментів, які допомагають у вирішенні питань соціальної відповідальності, корпоративної культури, стратегії щодо зменшення витрат та збільшення доходів, механізмів управління та інших проблем. Для цього можна використовувати ІТ-системи в кадрових відділах для управління персоналом, впроваджувати цифрові інструменти у діяльність HR-менеджменту, займатися розвитком HR-аналітики, посиленням когнітивних обчислень, роботизацією та штучним інтелектом, автоматизацією та використанням платформ для аналізу, оцінювання й прогнозу показників діяльності організації.

Список використаних джерел

1. Shho take stalyj rozvytok? [What is sustainable development?] Stalyj rozvytok dlja Ukrajinu. Available at: <https://sd4ua.org/shho-take-stalij-rozvytok/#:~:text=>
2. Chabanjuk O. M., Loboda N. O. Osnovni pryncypy koncepciji stalogo rozvytku [Basic principles of the concept of sustainable development]. Available at: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/12/64.pdf>.
3. Гаркушенко О. М. Системно-динамічна модель оцінки впливу цифровізації на сталий розвиток. Економіка промисловості. 2021. № 1 (93). С. 20-45.
4. Статистика реєстрації бізнесів з початку війни. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/brave-business-in-war>.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

АНДРІЙ МОХНЕНКО, ОЛЕКСАНДР ЧМУТ

Херсонський державний університет, Україна

Інноваційний розвиток національної економіки орієнтовано на технологічний розвиток виробничого комплексу, що вимагає розробки відповідних механізмів, які забезпечують сталий розвиток підприємств.

Актуальні проблеми функціонування підприємств не мають вирішення без створення механізму, що дозволяє ефективно управляти стійким розвитком підприємства, включаючи, як економічні показники, так і соціальні показники.

Для сучасного підприємства, як і раніше, ядром концепції сталого розвитку є економічна ефективність, а розвиток соціальної сфери є ключовим ресурсом конкурентної переваги.

«Стійкий розвиток підприємства – проходження підприємства по кривій життєвого циклу при мінімальному розриві між заданими (плановими) і фактичними характеристиками за умови мінімізації витрат на забезпечення такого сталого стану. Стійке становище підприємства є передумовою для його розвитку» [1, С. 37].

Нами розроблено організаційно-економічний механізм управління сталим розвитком підприємства, який включає такі елементи:

Об'єктом управління є сталий розвиток підприємства з основних аспектів стійкості: економічного, соціального, екологічного та інституційного та інших.

Суб'єктом управління є менеджмент підприємства.

Мета створення організаційно-економічного механізму управління стійким розвитком підприємства є забезпечення його стійкості в економічному, соціальному та інших аспектах в динаміці в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Завданнями функціонування організаційно-економічного механізму управління сталим розвитком підприємства є:

- підтримка існуючих та створення сприятливих умов для забезпечення сталого зростання показників ефективності економічної діяльності;
- підвищення соціальної стійкості підприємства: забезпечення безпечних умов праці працівникам, підвищення продуктивності праці та мотивації персоналу;
- підвищення екологічної стійкості підприємства - Мінімізація шкідливого впливу на довкілля, ресурсозбереження;
- підвищення інституційної стійкості підприємства, розширення адаптивних властивостей до змін факторів зовнішнього середовища.

Як засіб впливу організаційно-економічного механізму на процес управління стійким розвитком підприємства в контексті даного дослідження

розглядається система оцінки та страхування виробничого ризику на підприємстві.

Розроблений організаційно-економічний механізм управління стійким розвитком підприємства, покликаний забезпечити стійкість підприємства в економічному, соціальному та інших аспектах, в динаміці та в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Надалі планується розробка економіко-математичної моделі автоматизованої системи управління сталим розвитком підприємства на основі оцінки виробничого ризику як інструмент описаного організаційно-економічного механізму.

Список використаних джерел

1. Ареф'єва О.В. Стійкий розвиток підприємств у міжнародному економічному просторі. – К.: ФОП Маслаков, 2018. – 364 с.

2. Мохненко А.С. Маркетинг як інструмент ефективного функціонування логістичної системи підприємства / А.С. Мохненко, О.О. Чмут // Маркетинг у підприємстві, біржовій діяльності та торгівлі в smart-суспільстві: управлінський, інноваційний та методичний виміри: колективна монографія / За наук. ред. І. В. Перезової. – Львів: Видавець Кошовий Б.-П.О., 2023. – С. 136-160.

УДК 658.5:005

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОЦЕСІВ НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ІРИНА СТАНЬКОВСЬКА, ТАРАС СТАНЬКОВСЬКИЙ, МАКСИМ СТАНЬКОВСЬКИЙ

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

В сучасних умовах діяльність енергетичного підприємства доцільно розглядати опираючись на міжнародні стандарти та враховуючи засади та критерії сталого розвитку.

Сталий розвиток – це підхід до управління підприємством, який передбачає економічне зростання, соціальну відповідальність та охорону навколишнього середовища.

Якість бізнес-процесів підприємства, яке враховує засади сталого розвитку забезпечить стійкий розвиток підприємства, який передбачає забезпечення збалансованого взаємозв'язку між економічним, соціальним та екологічним компонентами. Тому для кожного підприємства важливо визначити усі процеси, необхідні для ефективної роботи.

ПЗ метою ефективного управління якістю на підприємстві доцільно розглядати його діяльність виокремлюючи відповідні бізнес-процеси, про що зазначено в міжнародних стандартах ISO 9000:2015, IDT: ДСТУ ISO 9000:2015, які є гармонізованими з міжнародними нормативними документами, відповідно до яких: «Організація має процеси, які може бути визначено, виміряно та

поліпшено. Ці процеси взаємодіють, щоб давати результати, узгоджені з цілями організації та перетинають її функційні межі. Деякі процеси можуть бути критично важливі, тоді як інші – ні. Процеси мають взаємопов'язані роботи з входами для перетворювання їх на виходи.»[1].

Зазвичай, на кожному підприємстві реалізуються бізнес-процеси пов'язані з:

- виробництвом, який включає сукупність взаємозв'язаних основних, допоміжних та обслуговуючих процесів, дій людей, засобів праці та природи, потрібних для перетворення вхідних матеріалів та напівфабрикатів у готові вироби;

- постачанням, що охоплює процеси, пов'язані з придбанням матеріалів, контролем їхньої якості та управлінням запасами;

- маркетингом та продажами: включає процеси, пов'язані з дослідженням ринку, розробкою маркетингових стратегій, залученням потенційних клієнтів, продажем товарів та послуг та підтримкою клієнтів;

- управління персоналом, що включає процеси з приводу рекрутингу, навчання, оцінки та збереження персоналу;

- фінансами, що охоплює процеси, пов'язані з управлінням фінансовими ресурсами, бухгалтерським обліком, податковою звітністю та аудитом;

- інформаційними технологіями, що включає процеси, пов'язані з управлінням інформаційними системами, розробкою програмного забезпечення та захистом даних.

Ефективність управління якістю процесів на підприємстві забезпечується дотриманням стандартів ДСТУ ISO 9000:2015, де зазначено, що «Узгоджені та передбачувані результати досягають більш результативно та ефективно, якщо діяльність розуміють та нею керують як взаємопов'язаними процесами, які функціонують як цілісна система. Розуміння того, як ця система отримує результати, дає змогу організації оптимізувати систему та її дієвість.»

Управління якістю процесів, відповідно до стандартів ДСТУ ISO 9000:2015 передбачає такі вигоди для підприємства:

- підвищення здатності зосереджувати зусилля на ключових процесах і можливостях для їх поліпшення;

- послідовні та передбачувані результати в системі узгоджених процесів;

- оптимізована дієвість завдяки результативному керуванню процесами, ефективному використанню ресурсів і зниженню міжфункційних бар'єрів;

- забезпечена змога організації формувати довіру зацікавлених сторін в її послідовності, результативності та ефективності.

Для ефективною реалізації та забезпечення якості процесів відповідно до стандартів ДСТУ ISO 9000:2015 потрібно провести такі дії:

- визначити цілі підприємства та процесів, потрібних для їх досягнення;

- установити повноваження, обов'язки і підзвітності щодо керування процесами;

- проаналізувати можливості підприємства та визначити обмеження в ресурсах;

– визначити взаємозалежності між процесами та системою управління підприємством, проаналізувати вплив змін в окремих процесах на діяльність підприємства як системи в цілому;

– забезпечити управління процесами та їх взаємозв'язками як єдиною системою, для результативного та ефективного досягнення цілей;

– забезпечити наявність інформації, необхідної для функціонування та поліпшення процесів,

– проводити моніторинг, аналізування та оцінювання дієвості, результативності та ефективності процесів;

– забезпечити управління ризиками, які можуть вплинути на виходи процесів і загальні результати діяльності підприємства;

– забезпечити стандартизацію в підходах до архітектури процесів та управління ними.

– забезпечити взаємозв'язок між технологіями та персоналом;

– визначити регламенти, посадові інструкції, організацію підготовки персоналу, вирішення завдань з автоматизації процесів управління.

Ефективне управління бізнес-процесами підприємства на засадах сталого розвитку можна реалізовувати використовуючи «петлю якості», яка передбачає дотримання вимог якості на всіх етапах життєвого циклу виробництва та у відповідних бізнес-процесах.

Управління якістю бізнес-процесів повинно опиратися на міжнародні стандарти та відповідати критеріям сталого розвитку.

До Стандартів, розроблених Міжнародною організацією із стандартизації (ISO) з врахуванням вимог до діяльності підприємств в умовах сталого розвитку можна віднести такі:

ISO 14001: Стандарт, який встановлює вимоги до систем управління навколишнім середовищем, які допомагають підприємствам знизити негативний вплив на навколишнє середовище та покращити екологічну стійкість.

ISO 26000: Стандарт, який надає вказівки з соціальної відповідальності для підприємств. Він допомагає підприємствам визначити та дотримуватись етичних та соціальних принципів, які відповідають міжнародним стандартам.

ISO 9001: Стандарт, який встановлює вимоги до систем управління якістю, які допомагають підприємствам забезпечити високу якість продукції та послуг та задоволення потреб клієнтів, що сприяє економічній стійкості підприємства.

ISO 50001: Стандарт, який встановлює вимоги до систем управління енергоефективністю, які допомагають підприємствам знизити споживання енергії та забезпечити економію витрат.

ISO 26000-1: Стандарт, який встановлює вимоги до систем управління соціальною відповідальністю, що допомагають підприємствам відповідати вимогам суспільства, забезпечуючи стійкий розвиток та дотримання етичних принципів.

Управління якістю передбачає формування відповідних оцінних критеріїв. Критерії оцінювання якості процесів, які функціонують з врахуванням критеріїв сталого розвитку, повинні включати:

- економічну стійкість: процеси повинні мати стійкий прибуток та високу рентабельність на довготривалій період часу;
- екологічну стійкість: процеси повинні здійснюватися з урахуванням впливу на довкілля, знижуючи викиди шкідливих речовин та мінімізуючи споживання природних ресурсів;
- соціальну стійкість: процеси повинні проводити соціально відповідальну політику, забезпечуючи високу якість життя своїх працівників, дотримуючись принципів справедливості та рівності, взаємодіяти із споживачами, громадськими організаціями та державними органами, враховуючи права та інтереси кожного з них, наприклад, віддавати частину прибутку на благодійні проекти тощо;
- культурну стійкість: забезпечувати збереження культурних цінностей та традицій, дотримуючись моральних та етичних принципів;
- інноваційну стійкість: бути готовим до змін та розвитку, впроваджуючи нові технології та процеси, щоб забезпечити конкурентоспроможність на ринку.

Список використаних джерел

1. Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів (ISO 9000: 2015, IDT): ДСТУ ISO 9000: 2015. К.: Держспоживстандарт України, 2016. 34 с. (Національний стандарт України).

УДК 330.342.146

КОНЦЕПЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ЯК ФАКТОР СТАЛОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ

ОЛЕНА ДОЛГАЛЬОВА, РАЇСА ТКАЧЕНКО

Донбаська національна академія будівництва і архітектури, Україна

Сьогодні в умовах війни РФ проти України надзвичайно актуальним є реалізація соціальних ініціатив, спрямованих на підтримку бізнесу, що дозволить залучати інвестиції, підвищувати рівень доходів населення, створювати нові робочі місця, зменшити витрати на енергопостачання та покращити екологічну ситуацію в Україні. Соціальна відповідальність бізнесу є усвідомленням необхідності сталого розвитку. На жаль, Україна знаходиться лише на початку шляху побудови системи соціальної відповідальності бізнесу, тому вирішення цієї проблеми в умовах поширення концепції сталого розвитку займає важливе місце.

24 січня 2020 року Уряд прийняв рішення про схвалення «Концепції реалізації державної політики у сфері розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року» (Концепція). Відповідно Концепції в Україні держава заохочуватимуть бізнес-компанії під час здійсненні свої діяльності дотримуватися міжнародних стандартів та принципів відповідального ведення бізнесу [1]. Отже, зазначена Концепція є концепцією національної стратегії розвитку соціальної відповідальності бізнесу.

Метою Концепції є створення нормативно-правової бази та здійснення заходів для впровадження міжнародних стандартів ведення соціально

відповідального бізнесу в діяльність суб'єктів господарської діяльності для забезпечення сталого розвитку України та підвищення суспільного добробуту.

Реалізація Концепції сприятиме покращенню соціально-економічної, екологічної ситуації в Україні, захисту прав людини відповідно до міжнародних норм і стандартів ведення бізнесу. Реалізація соціально відповідального бізнесу в Україні впливатиме на ключові інтереси зацікавлених сторін, а саме: громадян України, працівників і суб'єктів господарської діяльності. Наприклад, запровадження нових стандартів ведення бізнесу позитивно вплине на якість життя громадян у цілому, зокрема: забезпечить підвищення рівня захисту прав споживачів, якості та безпеки товарів, покращить стан навколишнього природного середовища. Крім того, суб'єкти господарської діяльності, дотримуючись принципів соціально відповідального бізнесу і стандартів, мають запроваджувати високі стандарти трудових відносин, забезпечуючи додатковий захист своїх працівників, створення належних умов праці, що позитивно впливатиме на ключові інтереси працівників. Водночас, у разі запровадження стандартів і принципів соціально відповідального бізнесу, суб'єкти господарської діяльності отримають конкурентні переваги та можливості щодо залучення додаткового інвестиційного ресурсу [1].

Концепцією визначені основні напрями розвитку соціально-відповідального бізнесу у таких сферах, як: охорона навколишнього природного середовища, зайнятість населення, розвиток трудових відносин (табл. 1).

Таблиця 1

Основні напрями розвитку соціально-відповідального бізнесу*

Напрямок	Зміст та спрямованість напрямку
Охорона навколишнього природного середовища	– впровадження екологічно-безпечних та енерго-ефективних технологій;
	– запобігання негативному впливу на навколишнє природне середовище;
	– утилізація відходів.
Зайнятість населення	– розробка стратегій соціальної відповідальності суб'єктів господарської діяльності з урахуванням інтересів громади і суспільства;
	– здійснення благодійних заходів, спрямованих на підтримку соціально незахищених верств населення;
	– створення нових робочих місць;
	– здійснення благодійних заходів, спрямованих на підтримку соціально незахищених верств населення;
	– щорічне оприлюднення публічного звіту про управління.
Розвиток трудових відносин	– забезпечення об'єктивності оцінки професійних якостей і винагороди за результативне виконання професійних обов'язків працівників;
	створення безпечних та ергономічних умов праці, проведення оздоровчих та культурних заходів, формування корпоративної культури;
	формування переліку соціальних гарантій, зокрема щодо медичного страхування працівників з метою стимулювання трудової активності
	сприяння працевлаштуванню працівників суб'єкта господарської діяльності, звільнених внаслідок реорганізації

* Джерело: складено автором на основі [1-2].

Сьогодні в Україні, навіть в умовах воєнного стану, підприємства та компанії реалізують соціально-важливі проекти, спрямовані на поліпшення життя людей та розвиток суспільства, зокрема:

- забезпечують доступну медичну допомогу: сприяють розвитку медичних закладів та наданню необхідної медичної допомоги для поранених та хворих;
- підтримують військових та їхні родини: допомагають військовим та їхнім родинам, надаючи фінансову допомогу, робочі місця, доступ до освіти та пільг.

Незважаючи на важкі умови здійснення своєї діяльності під час воєнних дій, сьогодні активно впроваджують соціально-відповідальні ініціативи бізнесу багато компаній і корпорацій, зокрема: «АТБ», «Нова пошта», «Київстар», «Епіцентр К».

Супермаркети мережі «АТБ» оперативно відкриваються у звільнених українських містах. Для мешканців Куп'янська на Харківщині та Снігурівки на Херсонщині «АТБ» збрала гуманітарну допомогу – 1000 продуктових наборів вартістю близько 1000 грн. Корпорація «АТБ» у співпраці з Дитячим фондом ООН запустила національний благодійний проект по збору коштів на створення першого реабілітаційного центру «Незламні» у Львові для дітей з тяжкими вогнепальними та вибуховими пораненнями. Лише протягом першого місяця з дня старту вдалося зібрати 20 млн грн [3].

«Нова пошта» з початку повномасштабної війни надала різнопланової допомоги ЗСУ на понад 100 млн грн. Ці кошти пішли на закупівлю безпілотних летальних апаратів для якісної аеророзвідки, турнікетів, рацій, ноутбуків, генераторів тощо. Компанія перерахувала на розробку українських дронів понад 10 млн. грн. «Нова пошта» оснащує медичні заклади сучасними тренажерами для реабілітації військових з ушкодженими чи втраченими кінцівками. Перевізник власним коштом релокує підприємства у межах програми «Дія. Бізнес»: допомогу отримують компанії, що зареєстровані на території, де тривають бойові дії. У межах співпраці «Нова пошта» перевезла вже 25 підприємств до безпечніших регіонів.

Під час війни компанія «Київстар» підтримує та допомагає своїм абонентам та бізнес-клієнтам. З 24 лютого 2022 року компанія надала послуг і бонусів у сумі, еквівалентній 577 млн грн, забезпечуючи безоплатними послугами зв'язку клієнтів мобільного та фіксованого зв'язку не тільки в Україні, а й за кордоном. Також «Київстар» забезпечує Інтернетом бомбосховища (наразі таких понад 1400) та понад 700 модульних містечок для вимушених переселенців [3].

Компанія «Епіцентр К» під час війни впроваджує проект «Рятуємо життя»: реалізовує благодійну ініціативу по закупівлі 55 реанімобілів і бронешвидких. За цей час придбано вже 40 реанімобілів. Сучасні швидкі «Епіцентр К» передає у різні медичні заклади країни та військові підрозділи [4].

Таким чином, соціальна відповідальність бізнесу відіграє важливу роль в забезпеченні добробуту людей та розвитку суспільства у мирний час й під час війни. Найбільш пріоритетними заходами розвитку ідей соціальної відповідальності бізнесу в Україні вважаємо їх популяризацію на рівні держави, а також розробку комплексу заходів з їх впровадження. Отже, успішна реалізація концепції національної стратегії розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні сприятиме наданню більшості українських суб'єктів господарської

діяльності можливості покращити ділову репутацію на міжнародних ринках, запроваджуючи практику відповідального ставлення до своїх працівників та партнерів, а також покращити репутацію та імідж країни.

Список використаних джерел

1. Розпорядження «Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року» Кабінет Міністрів України від 24.01.2020 р. № 66-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>

2. В Україні схвалено Концепцію розвитку соціально відповідального бізнесу до 2030 року. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?id=8baf7d2c-af65-4af7-af48-e1160084e828>

3. Ренкінг соціальних ініціатив «Відповідальна країна». Інтернет видання delo.ua. 2022. URL: <https://delo.ua/business/renking-socialnix-iniciativ-vidpovidalna-krayina-408614/> (дата звернення: 10.04.2023).

4. Кузнєцов В. КСВ воєнного часу. Топ-10 компаній. Ділова столиця. 2022. URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/reitingi/ksv-voyennogo-chasu-top-10-kompaniy-22122022-471409>

УДК 33.368

РИЗИКИ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЙ ЗІ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ

ВЛАДИСЛАВ ЛАВРЕНЮК, ВОЛОДИМИР КОВАЛЬ

КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Україна

Ризики платоспроможності компаній зі страхування життя є важливим аспектом фінансового менеджменту цих компаній. Оскільки страхування життя включає в себе довгострокові зобов'язання перед страхувальниками, забезпечення фінансової стабільності компаній є вирішальним фактором для їх успішної діяльності на ринку.

Одним з основних ризиків платоспроможності компаній зі страхування життя є ризик недостатньої капіталізації. Капітал є важливим джерелом фінансування для страховиків, оскільки він використовується для покриття зобов'язань перед страхувальниками. Якщо компанія має недостатній рівень капіталу, вона може не мати достатніх резервів для виконання своїх зобов'язань, особливо в складних економічних умовах або в разі великих виплат відшкодувань страхувальникам [1].

Ще одним ризиком є ризик ліквідності. Компанії зі страхування життя мають великий портфель різних фінансових активів, таких як облігації, акції та нерухомість, які використовуються для генерації доходів та забезпечення виплат відшкодувань страхувальникам. Однак, якщо якість цих активів погіршується, наприклад, через економічні труднощі або незадовільну диверсифікацію

портфелю, це може призвести до зниження вартості активів та негативно вплинути на фінансовий стан компанії.

Компанії зі страхування життя також піддаються ризику відтоку клієнтів, що може виникнути внаслідок змін на ринку, конкуренції або зміни в потребах страхувальників. Якщо компанія втрачає велику кількість страхових полісів або не здатна залучати нових клієнтів, це може призвести до зниження прибутковості та платоспроможності компанії [2].

Крім того, ризик довголіття страхувальників також може вплинути на платоспроможність компаній зі страхування життя. Якщо страховик виплачує пенсії або інші види виплат на протязі тривалого періоду через зростання тривалості життя, це може вплинути на його фінансовий стан, особливо якщо планування резервів на такі виплати було неправильним.

Додатковим ризиком є регуляторний ризик, так як правила і норми страхового ринку можуть змінюватися з часом. Зміни в регулюванні можуть вплинути на вимоги щодо капіталу, резервів, дотримання фінансових стандартів та інших аспектів діяльності страхової компанії, що може вплинути на її платоспроможність.

Також варто звернути увагу на комплаєнс-ризик, що виникає унаслідок навмисного або недбалого порушення закону, стандартів або добровільних угод. Комплаєнс-ризик можна розділити на три основні типи: фінансові, операційні та бізнес-ризик. Наприклад, при податковому комплаєнсі можна передбачити майбутні податкові перевірки страхової компанії і запобігти їх частині, при трудовому комплаєнсі - запобігти порушенням трудового законодавства компанією і співробітниками.

Нарешті, ризик невірної оцінювання страхових ризиків також може вплинути на платоспроможність компаній зі страхування життя. Неправильна оцінка ризиків може призвести до недостатнього формування резервів, що може виявитися недостатнім для покриття виплат відшкодувань страхувальникам [3].

Отже, ризики платоспроможності компаній зі страхування життя включають недостатню капіталізацію, ризик конкуренції, втрату клієнтів, зміни на ринку, ризик довголіття страхувальників, ризик регуляторної зміни, комплаєнс-ризик та невірне оцінювання страхових ризиків. Для того, щоб зменшити ризики платоспроможності, компанії зі страхування життя можуть вживати ряд заходів.

По-перше, важливо мати адекватний капіталовкладення та капіталові резерви, які відповідають вимогам регуляторів і ризикам діяльності страхової компанії. Це може допомогти забезпечити фінансову стабільність компанії в разі непередбачуваних подій.

По-друге, важливо проводити ретельний аналіз та оцінку ризиків, пов'язаних з втратою клієнтів, змінами на ринку та конкуренцією. Це може допомогти компанії вчасно вживати заходів для зменшення цих ризиків, наприклад, шляхом розробки ефективних стратегій маркетингу, розвитку нових продуктів або удосконалення взаємодії з клієнтами.

По-третє, компанії повинні слідкувати за змінами в регуляторному середовищі та відповідати на них вчасно. Це може включати вдосконалення систем управління ризиками, щоб відповідати новим вимогам та стандартам.

По-четверте, важливо мати відповідну оцінку страхових ризиків на підставі актуарної експертизи та актуальних даних. Це може допомогти уникнути недостатнього формування резервів та неправильної оцінки фінансових зобов'язань [4].

Нарешті, компанії можуть зменшувати ризики платоспроможності шляхом диверсифікації свого портфеля страхових продуктів та інвестицій. Розподілення ризиків на різні види страхових продуктів та різні класи активів може забезпечити більшу стійкість компанії до можливих ризиків, таких як зміни в ринкових умовах чи економічні спади.

Додатково, компанії зі страхування життя можуть використовувати різні методи реіншуренсу, тобто передачі частини ризиків на інші страхові компанії. Це може допомогти зменшити ризик фінансових втрат в разі настання страхових подій.

Поважним аспектом в управлінні ризиками платоспроможності є також ефективне управління ліквідністю. Компанії повинні мати достатню кількість грошових коштів та інших ліквідних активів, які можуть бути використані для виплат страхових виплат в разі потреби.

Крім того, ретельний моніторинг та оцінка ризиків на постійній основі, а також розробка планів непередбачуваних ситуацій та сценаріїв стрес-тестування також можуть допомогти виявити потенційні ризики та вжити відповідних заходів для їх управління.

Отже, ризики платоспроможності компаній зі страхування життя можуть бути значними, але вони можуть бути ефективно управлінні за допомогою заходів, таких як адекватне капіталовкладення, ретельний аналіз ризиків, диверсифікація портфеля, реіншуренс, управління ліквідністю та моніторинг ризиків на постійній основі. При цьому, важливо також дотримуватися відповідних регуляторних вимог та стандартів, які встановлені в сфері страхування, а також враховувати зміни в ринкових умовах та економічному середовищі.

Список використаних джерел

1. Казаков І. І. Страхування життя в Україні: проблеми та перспективи : thesis. 2020. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/12593> (дата звернення: 08.04.2023).

2. Волошина-Сідей В., Коверза А. Сучасні підходи до дослідження потенціалу ринку страхування життя. Економіка та суспільство. 2022. № 42. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-53> (дата звернення: 09.04.2023).

3. Клапків Ю. Спрямування інституціонального розвитку ринку страхування життя в Україні. Світ фінансів. 2016. Вип. 1. С. 206–214.

4. Татаріна Т. Страхування життя в Україні: проблеми та нові можливості розвитку. Актуальні питання у сучасній науці. 2023. № 1(7). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-1\(7\)-91-105](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-1(7)-91-105) (дата звернення: 09.04.2023)

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

В. КОМАРОВСЬКА

Національний університет «Києво-Могилянська академія», Україна

Концепт КСВ існував протягом багатьох сторіч та ставав все більш важливим та обговорюваним. Проте визначення і теоретико-методологічне підґрунтя для поняття соціальної відповідальності бізнесу науковці та міжнародні організації дали лише вкінці ХХ – на початку ХХІ сторіччя. Для сучасних бізнесів КСВ є невід’ємною складовою, на якій ґрунтуються взаємини з клієнтами, працівниками, конкурентами та іншими громадянами. Особливо корпоративна соціальна відповідальність актуалізується у часи війни внаслідок консолідації суспільства у боротьбі супроти агресора. Через новизну явища прояви та вплив соціальної відповідальності бізнесу в умовах повномасштабної ще не є достатньо дослідженими. Тому для підприємств наразі проблематичним є формування тих чи інших оптимальних стратегій КСВ через недостатню наукову опрацьованість теми. Тож, метою роботи є визначити, яким чином проявляється КСВ бізнесу в умовах війни.

Теоретичні та практичні аспекти соціальної відповідальності бізнесу та проявів соціальної відповідальності в умовах війни досліджували в ітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема М. Саприкіна (CSR Ukraine), В.В. Ковальова, І.Ю. Гришова, В.О. Єрема, Н.В. Пахота, В.С. Млечко, В. Бондар, М.Ю. Щербата, Арчі Б. Керолл, Карім М. Шабана, Поль Лі Мін-Донг, Донна Дж. Вуд та інші.

Існує багато визначень соціальної відповідальності, проте ми зупинимося на концепті Арчі Б. Керолла, який у своїх роботах розкриває КСВ через охоплення економічних, правових, етичних та дискреційних очікувань, які суспільство має від організацій на заданий момент часу»[1, с. 500]. Усі ці види відповідальності завжди одночасно існують у організаційних структурах бізнесу та є взаємопов’язаними. Види відповідальності, на думку автора, розподіляються за своєю важливістю у вигляді «піраміди». Ключовою є економічна відповідальність, яка полягає у тому, що бізнес насамперед є економічною одиницею суспільства, а тому має відповідальність перед споживачами у створенні та продажі товарів та послуг, яких вони потребують.

На другому місці знаходиться правова відповідальність, що полягає у підкоренні регуляторним нормам та законам, що існують у державі. Сутність третьої за важливістю етичної відповідальності полягає у тому, що, окрім законів, що визначені державою, існують певні суспільні очікування від того, яким чином мають поводити себе представники бізнесу, певні «негласні» правила, яких необхідно дотримуватися. І остання, дискреційна, або філантропійна відповідальність – це певні соціальні ролі, які бізнес бере на себе добровільно. Такі ролі не передбачені законом і не очікуються від компаній в етичному сенсі.

Прикладами такої діяльності можуть бути благодійність, програми для соціально-незахищених прошарків населення тощо. Суть цих заходів полягає в тому, що, якщо бізнес не бере в них участь, це не вважається неетичним як таким, це відрізняє цей вимір від попереднього [1].

Вказаний порядок пріоритетності відповідальності критикується та переосмислюється більш пізніми авторами, адже пріоритети КСВ змінюються та є унікальними для бізнесів у різних країнах, проте набір видів соціальної відповідальності все ж можна назвати всеохопним [2].

В Україні діє «Концепція реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу» з 2020 року, яка передбачає зобов'язання у сфері охорони навколишнього природного середовища, зайнятості населення, розвитку трудових відносин. Окремим важливим для України пунктом є відповідальність, що стосується ВПО, військовослужбовців, соціального житла, медичного обладнання для медичних закладів, тобто питань, що стосуються війни [3]. Ще до повномасштабного вторгнення український бізнес «просунувся» у виконанні цілей даної Концепції, впроваджуючи практики КСВ, які пов'язані з якісною освітою, гідною працею та економічним зростанням, здоров'ям і благополуччям [4]. Тобто український бізнес, насамперед, був орієнтований на економічну, правову та етичну відповідальність з проявами дискреційної, яка часто стосувалася навчання нових працівників. Проте після початку повномасштабної війни можна казати про актуалізацію саме дискреційного виміру відповідальності. Така відповідальність проявляється у зборі, перевезенні та наданні продуктів харчування, житла або ремонтних матеріалів, одягу, ліків, медичної та психологічної допомоги, предметів особистої гігієни, навчальних матеріалів, грошей, техніки, транспорту, пального, електроенергії тощо цивільним людям, що постраждали від війни, зокрема вразливим групам населення (люди з інвалідністю, похилого віку, багатодітні родини тощо), своїм працівникам, військовим, аграріям, медичним закладам, місцевим адміністраціям, волонтерським фондам тощо. До того ж бізнес сам створює волонтерські організації та навчає волонтерів. Також бере участь в інформаційній війні, протидії дезінформації з боку Російської Федерації. Частково компанії взяли на себе і безпекову функцію, зокрема організації та надання інформації про укриття, працюючі соціально-важливі бізнеси. Таку практику має АТБ-Маркет та мережа магазинів «Економ», які відкрили підвальні приміщення для тих, кому нема де сховатися під час повітряної тривоги, а ЛУН створили мапу «ЛУН місто» з відділеннями Нової Пошти, аптеками, заправками, пунктами незламності. В умовах війни багато бізнесів об'єдналися, почали допомагати одне одному і разом збирати допомогу для інших [5].

Тож, корпоративна соціальна відповідальність, або соціальна відповідальність бізнесу – це багатовимірний конструкт, пріоритетність того чи іншого виміру залежить від соціальних, економічних, культурних умов. В Україні до повномасштабного вторгнення найбільш поширеними були економічний, правовий та етичний вимір, тоді як дискреційному виміру приділялося недостатньо уваги. Повномасштабна війна актуалізувала дискреційний вимір КСВ

внаслідок консолідації суспільства в боротьбі проти ворога та у допомозі тим, хто найбільше цього потребує в умовах війни.

Список використаних джерел

1. Carroll A. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance / Archie B. Carroll. // Academy of Management Review. – 1979. – №4. – С. 497–505.

2. Baden D. A reconstruction of Carroll's pyramid of corporate social responsibility for the 21st century / Denise Baden. // International Journal of Corporate Social Responsibility. – 2016. – С. 15.

3. Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері сприяння розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні на період до 2030 року [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/66-2020-%D1%80#Text>.

4. Внесок українського бізнесу в реалізацію Україною Цілей сталого розвитку 2016-2020 р.р. [Електронний ресурс] // Центр “Розвиток КСВ”. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2020/12/Vpliv-biznesu-na-CSR.pdf>.

5. Каталог внеску бізнесу в Перемогу в російсько-українській війні [Електронний ресурс] // CSR Ukraine – Режим доступу до ресурсу: <https://csr-ukraine.org/catalog-actions-of-companies-in-the-russian-ukrainian-war/>.

УДК 330.34

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ СУЧАСНИЙ ТРЕНД РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

ТЕТЯНА ТОВТ, ОЛЕГ РАШКЕВИЧ

Мукачівський державний університет, Україна

Цифрова трансформація – це впровадження сучасних технологій у бізнес-процеси підприємства. Цей підхід передбачає не лише встановлення сучасного обладнання або програмного забезпечення, але й фундаментальні зміни в підходах до управління, корпоративної культури, зовнішніх комунікацій. Як наслідок підвищуються продуктивність кожного співробітника й рівень задоволеності клієнтів, а компанія здобуває репутацію прогресивної і сучасної організації.

Цифровізація (з англ. digitalization) – це впровадження цифрових технологій в усі сфери життя: від взаємодії між людьми до промислових виробництв, від предметів побуту до дитячих іграшок, одягу та ін. Це перехід біологічних та фізичних систем у кібербіологічні та кіберфізичні (об'єднання фізичних та обчислювальних компонентів). Тобто перехід діяльності з реального світу у віртуальний (онлайн) [1].

Цифровізація процесів актуальна не тільки на рівні окремих підприємств: цілі галузі обирають для себе цей шлях розвитку як єдину можливість відповідати умовам навколишнього світу, що стрімко змінюються. Завдяки цьому цифрова трансформація промисловості, роздрібною торгівлі, державного сектора та інших сфер вже сьогодні змінює життя кожної людини і кожної компанії.

Основні переваги цифрової трансформація бізнесу представлені на рис. 1.



Рисунок 1 Переваги цифрової трансформація для бізнесу [2]

1. Поліпшення клієнтського досвіду.

Клієнти – один із основних драйверів цифровізації. Щодня вони взаємодіють із комерційними та державними компаніями, чимало з яких вже почали трансформувати свою діяльність. У таких випадках клієнт бачить, що сучасні технології роблять процеси швидшими і простішими, тому очікує на такі зміни й від інших підприємств.

Технології цифровізації дозволяють організувати максимально персоналізовану взаємодію, якій надає перевагу більшість клієнтів. Цифрові канали зв'язку, омніканальність, штучний інтелект, роботизація – з усім цим ми вже маємо справу в нашому повсякденному житті. Наприклад, цифрова трансформація банків не могла обійтися без чат-ботів, а фармацевтика активно використовує в роботі сучасні мобільні пристрої.

Під клієнтським досвідом слід розуміти не тільки взаємодію з компанією зовнішніх замовників, але й внутрішніх клієнтів. Цифрова трансформація процесів оптимізує роботу співробітників підприємства, завдяки чому зростає продуктивність кожного окремого члена команди. Наприклад, автоматизація рутинних операцій надає більше часу для вирішення насправді важливих і складних завдань.

2. Гнучкість і прискорення бізнес-процесів.

В світі бізнесу є вислів: «Компанії бувають швидкими або мертвими». В умовах цифрової економіки це твердження стає ще більш актуальним: якщо не використовувати в бізнесі можливості сучасних технологій, не адаптуватися до шаленого темпу й особливостей ведення бізнесу, не можна конкурувати з тими, хто вже це робить.

Щоб бути успішним, треба бути швидким і гнучким: змінюватися не тоді, коли є можливість, а коли є потреба. Цифрова трансформація бізнес-процесів

спрямована на те, щоб компанії оперативно ухвалювали рішення, оперативно адаптували роботу до поточних вимог і задовольняли потреби клієнтів.

3. Інноваційні можливості для розвитку бізнесу.

Цифровізація бізнесу відкриває дорогу до інноваційних способів розвитку підприємств:

- Хмарні технології дозволяють працювати над одним проектом декільком командам одночасно та ефективно використовувати ресурси компанії.
- Використовуючи стратегію *Mobile First*, компанії отримують і монетизують мобільний трафік, який за своїми показниками вже наздогнав трафік із стаціонарних пристроїв.
- Готові рішення дозволяють заощаджувати час на вирішення завдань. Різні програми, розширення та конектори оптимізують роботу компанії із мінімальними витратами часу на їхнє впровадження та адаптацію.

Всі ці та інші технології цифрової трансформації зробили поріг входу до багатьох сфер нижче. Запустити власний бізнес і розвивати його стало простіше завдяки величезній кількості інструментів, які надає цифровізація галузей і підприємств.

4. Використання сучасних технологій для роботи з даними.

У сучасному світі ключовим ресурсом є інформація. Щосекунди людство генерує величезні масиви цифрових даних, які не тільки потребують місця в сховищах, а й допомагають компаніям вести бізнес. Щоб скористатися всіма можливостями доступної інформації, необхідно її акумулювати, структурувати та аналізувати.

Цифрова трансформація підприємства сприяє цьому завдяки прогресивним технологіям, зокрема, *Big Data (BD, великі дані)* або *Artificial Intelligence (AI, штучний інтелект)*. Вони спрямовані на обробку потоків інформації, на підставі якої можна ухвалювати рішення, адаптувати пропозиції під конкретних клієнтів і прогнозувати їхню поведінку.

5. Партнерство й співробітництво.

Важко уявити успішний сучасний бізнес без партнерів. Цифровізація створює нові можливості для співпраці з іншими компаніями, які є дивовижними. Наприклад, завдяки сучасним технологіям географія вже не є перешкодою в роботі: вести бізнес і шукати партнерів можна в будь-якій точці земної кулі. А відкритий *API* перетворює співпрацю на простішу та зручнішу. Наприклад, у цифровізації фінансів, зокрема, банківської сфери, програмні інтерфейси використовуються вже декілька років.

Також необхідно пам'ятати, що без цифровізації неможливо стати найкращим або працювати з найкращими. Провідні компанії вже зараз втілюють стратегії цифрової трансформації в життя і хочуть співпрацювати з тими, хто відповідає їхньому рівню розвитку та поділяє їх цінності.

Цифровізація певною мірою «торкнулася» всіх сфер бізнесу, і це лише початок. Підприємствам, спрямованим на успіх і розвиток, необхідно приймати виклики сучасної економіки – лише за цих умов вони зможуть зайняти лідерські позиції. Саме в цьому їм й допоможе цифрова трансформація.

Отже, за цифровізацією майбутнє українського бізнесу. Адже за роки пандемії та війни для більшості вітчизняних підприємств – це єдиний шлях зберегти стійкість і продовжити розвиватися. Саме діджиталізація робить бізнес конкурентоспроможним на ринку. З часом цифрова трансформація проникне у всі сфери економіки і підприємці мають реагувати на ці зміни. Даний процес допоможе оптимізувати як основні бізнес-процеси, так і допоміжні з керуючими, а для України – це вирішить ключові проблеми у воєнних умовах. Пройшовши послідовно основні етапи цифровізації підприємство зможе раціонально використовувати ресурси, знизити потребу в персоналі та фінансах, автоматизувати частину бізнес-процесів, збільшити продажі й налаштувати комунікацію з клієнтами, проте перед такою трансформацією необхідно ретельно оцінити як переваги, так і загрози. Оскільки на сучасному етапі існує велика кількість цифрових інструментів, то серед них можна обрати доречний напрям діджиталізації саме для свого бізнесу.

Список використаних джерел

1. Україна 2030E – країна з розвинутою цифровою економікою. Український інститут майбутнього. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html> (дата звернення: 20.04.2023).
2. Цифрова трансформація бізнесу: навіщо вона потрібна і ще 14 запитань. URL: <https://businessviews.com.ua/> (дата звернення: 20.04.2023).

УДК 338.054.23

СТАЛИЙ БЕЗПЕКОВИЙ РОЗВИТОК СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

СВІТЛАНА ТУЛЬЧИНСЬКА, ОЛЕКСАНДР СОЛОСІЧ

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського», Україна

Системний аналіз процесів розвитку сучасних економічних систем вимагає ґрунтовного дослідження ключових драйверів відповідних структурних трансформацій, що за характером свого впливу втілюють у собі як прогресивні (поява інноваційних технологій, розвиток ключових параметрів людського капіталу, глобалізація наукового-технічного простору, зростання продуктивності, процеси діджиталізації), так і деструктивні (існуючі структурні асиметрії розвитку, низький ступінь прогнозованості кон'юнктурних коливань, наростання системних протиріч, рецесійні процеси тощо) тенденційні прояви. Саме тому, одним із домінуючих підходів до ефективного структурування та стратегування процесів економічного зростання та розвитку підприємницьких структур є концептуальна основа теорії сталого розвитку, що узагальнено представляє собою триєдиний формат синергетичної взаємодії ключових соціо-економічних факторів – економічного, соціального та екологічного з метою пріоритезації не лише проблематики виключно економічного характеру, а й комплексного врахування впливу продуктованих економічними агентами екстернальних ефектів на соціальне

та природньо-екологічне середовище. Слід зауважити, що на сучасному етапі розвитку, під впливом дестабілізаційних процесів екзогенного середовища, концептуальні засади теорії сталого розвитку набувають нової теоретичної вимірності, а саме безпекового контексту, поєднуючи у собі не лише традиційний підхід до «сталості» як такої, а й необхідності належного організаційно-економічного реагування на наявні виклики та загрози у рамках дотримання засадничих положень сталого розвитку. Більш того, особливе місце у даному процесі займають питання інтелектуалізації економічних процесів, що якісно збагачують інструментарій управлінської політики щодо сталого розвитку підприємницьких структур, інтенсифікуючи ключові трансформаційні процеси ендогенного середовища, тим самим формуючи додатковий безпековий резерв. Виходячи з цього, актуальним наразі залишається побудова теоретико-методичної основи забезпечення сталого безпекового розвитку підприємницьких структур сучасності, що супроводжується паралельними процесами становлення інтелектуальної економіки.

Узагальнюючи результати проведеного дослідження, пропонуємо сформулювати перелік найбільш вагомих особливостей реалізації політики сталого безпекового розвитку господарськими утвореннями із врахуванням актуальних підходів інтелектуально-орієнтованого розвитку:

- залучення сучасних управлінських практик маловідходного та безвідходного у основні техніко-технологічні процеси господарської структури;
- здійснення горизонтальної та вертикальної діджиталізації процесного управління, що дозволяє, з одного боку, зменшити деструктивні екологічні впливи підприємства на природнє середовище, а з іншого, вивільнити додаткові ресурсні компоненти у межах господарського циклу;
- пошук шляхів імплементації прикладних заходів у сфері підтримки процесів сталого розвитку з метою мобілізації конкретних економічних та правових переваг[1];
- моніторинг ключових параметрів екологічного впливу виробничо-комерційної діяльності організації на стан природньо-екологічного середовища, пошук шляхів їх ефективної мінімізації;
- застосування інтелектуалізованого підходу у системі прийняття управлінських рішень, що з одного боку вимагає наявності раціонального підґрунтя в процесі реалізації організаційно-управлінської діяльності, а з іншого, комплексної оцінки наслідків імплементації конкретних рішень не лише у економічному, а й у соціальному та екологічному вимірах;
- здійснення системного аудиту ключових функціональних та процесних напрямків діяльності підприємства в контексті їх відповідності потребам сталого розвитку та пошуку потенційних безпекових резервів [2, с. 101];
- перевірка сформованої системи логістичної діяльності, як в контексті ступеня відповідальності основних постачальників сировини, так і щодо специфіки функціонування внутрішньої виробничої та складської логістики;

– врахування соціально-економічних потреб місцевої громади, проактивна діяльність підприємства як соціально відповідального ринкового агента, залученого до вирішення актуальних проблем місцевого рівня.

Підсумовуючи вищевикладене, можна стверджувати, що реалізація дієвої політики сталого безпекового розвитку вимагає планомірної інтеграції підходів інтелектуально-орієнтованого управління, спрямованих на забезпечення раціоналізації, оптимізації та об'єктивізації як окремих процесно-функціональних напрямків діяльності підприємницького утворення, так і системи прийняття рішень в цілому, дотримуючись ключових засадничих положень теорії сталого розвитку.

Список використаних джерел

1. Гречко А. В., Очеретяна О.В. Економічні переваги імплементації механізму управління сталим розвитком на вітчизняних підприємствах. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2022. № 22. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/259799>.

2. Тульчинська С. О., Солосіч О. С. Концептуальні засади забезпечення економічної безпеки підприємництва в умовах воєнного стану. *Економіка та управління підприємством. Науковий погляд: економіка та управління*. 2022. № 3 (79). С. 97–102.

УДК 65.012

СУТНІСТЬ КОНЦЕПЦІЇ КАНБАН ТА ЇЇ ВИКОРИСТАННЯ В УПРАВЛІННІ ВИРОБНИЦТВОМ І ПРОЄКТАМИ

ІННА АХНОВСЬКА, В. РОСТЕЦЬКА

Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна

В сучасній економіці, успішному бізнесу потрібні гнучкість та прибутковість, які можна досягти шляхом перегляду концепцій та методів управління бізнесом з метою адаптації до змінних ринкових умов та забезпечення сталого прибутку.

Управління виробництвом та проектами є складним завданням, яке вимагає ефективного планування, координації робіт, керування ресурсами та забезпечення своєчасного виготовлення продукції або завершення проєктів. Однак, багато підприємств і організацій стикаються з рядом проблем, таких як надмірні запаси, затримки в виробництві, неповне використання ресурсів, низька продуктивність та високі витрати. Одним із можливих рішень для вирішення цих проблем є використання концепції канбан - системи виробництва, що базується на визначенні оптимального рівня запасів, впровадженні візуальної системи керування, а також постійному контролю та оптимізації процесів виробництва.

Концепція канбан в управлінні виробництвом та проектами була розроблена та вперше використана японською компанією Toyota у 1940-х роках. З тих пір

багато вчених та практиків займалися дослідженнями та застосуванням цієї концепції в різних галузях. Одним із знакових дослідників в галузі канбан є Тайічі Оно, який був головним інженером Toyota у 1950-60 роках та впровадив канбан в систему виробництва Toyota. Також вагомий внесок у дослідження теоретичних і практичних аспектів впровадження концепції канбан в бізнес-управління здійснили такі науковці, як Д. Андерсон, Д. Грін, Х. Кніберг, Р. Піхер, М. Скарін та інші.

Метою роботи є дослідження сутності концепції канбан, аналіз її основних принципів та підходів, а також дослідження її використання в управлінні виробництвом і проектами.

Управління виробництвом та проектами вимагає постійного вдосконалення та оптимізації процесів, з метою досягнення більшої ефективності, зниження витрат та забезпечення високої якості продукції чи послуг. Одним з найефективніших підходів до управління є використання концепції канбан. Канбан - це концепція управління виробництвом або проектами, яка походить від системи керування виробництвом японської компанії Toyota. Основна ідея канбан полягає в візуалізації робочих процесів, обмеженні робочої навантаженості, контролі за якістю та постійному покращенні робочих процесів. Канбан дозволяє досягти високої ефективності, якості та зниження витрат шляхом встановлення обмежень на виробничі процеси та матеріалові запаси, оптимізації робочих навантажень та забезпечення стабільного потоку роботи. Це дозволяє уникнути надмірного виробництва та надмірних запасів, що може призвести до затримок, зайвих витрат на зберігання та зниження якості продукції. Концепція канбан має свої основні принципи, за якими вона функціонує (табл. 1).

Таблиця 1

Основні принципи концепції канбан [1-3]

<i>Принцип</i>	<i>Характеристика</i>
Візуалізація процесів	Усі етапи виробництва або проекту відображаються візуально на дошці або на електронному інструменті, що дозволяє всім учасникам бачити стан робіт та рівень завершеності
Лімітована робоча навантаженість	Кількість роботи, що призначається кожному робітнику або команді, обмежена в межах оптимальних можливостей, щоб уникнути перевантаження та забезпечити високу якість виконаної роботи
Виробничі обмеження	Встановлення обмежень на кількість роботи, яка може бути розпочата або переведена на наступний етап виробництва, забезпечує рівномірний потік роботи та регулює швидкість виробництва
Контроль за якістю	Перевірка якості на кожному етапі виробництва перед передачею роботи на наступний етап, щоб виявити та виправити можливі дефекти раніше в процесі та запобігти додатковим витратам часу та ресурсів
Неперервне покращення	Встановлення системи постійного вдосконалення процесів виробництва шляхом аналізу результатів, ідентифікації проблем та впровадження заходів щодо їх вирішення з метою постійного покращення ефективності та якості

Ці принципи взаємодіють між собою, допомагаючи створити ефективну систему управління, де виробництво регулюється на основі реальних потреб

ринку, забезпечуючи оптимальне використання робочих ресурсів, контроль за якістю та максимальну продуктивність.

Отже, можна дійти до висновку, що концепція канбан може бути успішно застосована в різних виробничих та проектних середовищах, допомагаючи досягати високої продуктивності, ефективної організації роботи та постійного вдосконалення. Використання концепції канбан дозволяє створити ефективну систему управління, де кожен етап виробництва або проекту є візуально видимим, робота розподіляється в межах оптимальних можливостей, встановлюються обмеження на кількість роботи, контролюється якість та забезпечується постійне покращення процесів. Таким чином, використання концепції канбан в управлінні виробництвом та проектами є ефективним інструментом для досягнення бізнес-цілей компанії.

Список використаних джерел

1. Дейвід Андерсон. Канбан: успішні моделі впровадження. 2021. 288 с. (дата звернення: 19.04.2023).
2. Перит І. О. Перспективи впровадження kanban в управління бізнесом вітчизняних суб'єктів господарювання. БізнесІнформ. 2019. № 8. с. 218-227. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2019-8_0-pages-218_228.pdf
3. Кошевий М. М., Матвійчук Ю. В. Еволюція систем управління матеріально-технічним забезпеченням підприємств у сучасних умовах. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2018. № 1. с. 161-166. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/12_2018/12_2018.pdf#page=162 (дата звернення: 19.04.2023).

УДК 334.021

ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

ВІКТОРІЯ ШИШЛЮК, МАРІЯ МАСЛЮХ

Одеський національний технологічний університет, Україна

Війна в Україні внесла зміни практично в усі сфери суспільного життя, в тому числі, й управління підприємствами. Важливим елементом успішної діяльності компанії є ефективна кадрова політика, яка повинна враховувати воєнну ситуацію та взаємодію з військовими органами.

Одним з найважливіших завдань у цей період є збереження персоналу. Не всі працівники готові залишитись на роботі під час війни, тому важливо вести переговори та забезпечувати соціальні гарантії. Також потрібно особливу увагу приділяти стану здоров'я працівників та допомагати їм у випадку виникнення проблем.

У разі зменшення чисельності персоналу необхідно залучати нових працівників. Важливо враховувати вимоги військових органів, щоб претенденти

на роботу могли бути залучені до роботи на об'єктах, які є критичними у військовому плані.

У військовий час також необхідно не залишати поза увагою підвищення кваліфікації працівників, а також забезпечувати можливість участі у тренінгах та семінарах. Зокрема, особливо увагу доцільно зосередити саме на організації охорони праці працівників під час воєнного стану та виконанні трудових обов'язків та завдань підприємства в умовах воєнних викликів та загроз.

Зокрема, важливо забезпечувати безпеку працівників під час роботи на об'єктах. Необхідно вживати різноманітних заходів для запобігання травматизму та захворюванням, пов'язаним з роботою в небезпечних умовах. Для цього підприємства повинні дотримуватися вимог законодавства, нормативних документів та інструкцій з охорони праці.

Особливу увагу слід приділяти питанням забезпечення робочого місця необхідними засобами захисту: відповідним одягом, взуттям, головним убором, окулярами, масками, рукавицями тощо. Крім того, необхідно відповідно організувати проходження медичних оглядів працівників, які працюють в небезпечних умовах, та забезпечити їм необхідні вакцинації.

Однак, не лише технічні засоби забезпечують безпеку працівників, важливо враховувати їхні психологічні потреби. У період війни підприємствам доцільно дбати про забезпечення психологічного комфорту працівників створити можливості для проходження психологічної підтримки та консультацій у разі потреби.

Також важливо не забувати про профілактику нещасних випадків та відповідну підготовку працівників до дій у надзвичайних ситуаціях, що можуть виникнути в період війни.

Отже, забезпечення безпеки працівників є одним із найважливіших аспектів кадрової політики підприємства в період війни. Виконання вимог законодавства, дотримання нормативних документів та інструкцій з охорони праці, надання необхідних засобів захисту та психологічної підтримки працівників є важливими складовими безпечної роботи на підприємстві в умовах війни.

Водночас, більшість підприємств зіткнулися з проблемою нестачі кваліфікованих працівників, оскільки багато з них виїжджають з району ведення бойових дій або змушені залишати свої робочі місця через загрозу життю. У зв'язку з цим, кадрова політика підприємства повинна передбачати заходи з підвищення привабливості робочих місць, наприклад, збільшення зарплати, надання соціальних пільг та інших переваг.

Також важливо забезпечити безпеку тих працівників, які працюють на віддалених об'єктах підприємства, які можуть стати об'єктом нападу. У таких випадках, підприємство повинно надавати необхідну охорону, створювати блокпости та контрольні пункти, забезпечувати безпечний транспорт працівників на робоче місце та зворотно.

Крім того, підприємства повинні мати плани евакуації, плани дій у разі нападу та інші невідкладні заходи, щоб забезпечити безпеку своїх працівників в умовах війни. Також важливо проводити тренінги та навчання з метою підвищення рівня свідомості та підготовки працівників до можливих загроз.

Війна завжди має негативний вплив на кадрову політику підприємств. Зміни в соціально-економічному середовищі та ризики, пов'язані з військовими діями, змушують компанії переглядати свою стратегію залучення та утримання персоналу. Однак, після завершення війни, підприємства повинні мати змогу у найкоротший строк відновити свою кадрову політику для подальшого успішного розвитку.

Першим кроком у відновленні кадрової політики після війни має стати, насамперед, аналіз кадрового потенціалу. Підприємства повинні оцінити кваліфікаційний рівень своїх працівників та виявити ті, які залишилися в компанії під час війни. Далі, необхідно розробити надійний механізм залучення нових працівників. Це можна зробити через залучення рекрутингових агенцій або проведення власних кадрових кампаній.

Після формування команди, необхідно надати працівникам можливість розвитку. Підприємства повинні інвестувати у підвищення кваліфікації своїх працівників, надавати можливість проходити курси та тренінги, стажуватися в інших компаніях, в тому числі закордоном, та брати участь у конференціях. Це забезпечить стале професійне зростання та підвищення ефективності роботи.

Також, підприємства повинні звернути увагу на забезпечення безпеки та здоров'я своїх працівників. Надання необхідних засобів захисту та психологічна підтримка – це важливі аспекти кадрової політики в період відновлення після війни в Україні. Після завершення воєнного стану підприємствам доцільно зосередитися на відновленні своєї діяльності та налагодженні нових зв'язків зі своїми партнерами та клієнтами.

УДК 338.246:336.71(3)

ВІДПОВІДАЛЬНЕ ІНВЕСТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

ІРИНА ГУМЕНЮК

Навчально-реабілітаційний заклад вищої освіти «Кам'янець-Подільський державний інститут», Україна

Відповідальне інвестування стає все більш актуальною темою в сучасному світі, оскільки багато інвесторів починають звертати увагу на соціальну відповідальність та екологічність проектів, в які вони інвестують. Концепція відповідального інвестування полягає в тому, щоб розглядати не тільки фінансову вигідність проекту, але і його соціальні та екологічні наслідки для суспільства та навколишнього середовища. У цьому контексті відповідальне інвестування стане інструментом для досягнення сталого розвитку економіки.

Однією з основних теоретичних основ відповідального інвестування є концепція сталого розвитку, яка передбачає забезпечення поточних потреб людей, не шкодячи можливостям майбутніх поколінь задовольняти свої потреби. В рамках відповідального інвестування ця концепція відображається в пошуку

інвестиційних проєктів, що сприяють сталому розвитку, тобто тим, що позитивно впливають на екологію, соціальний розвиток та економічну стійкість [4].

Іншою теоретичною основою є принципи корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). КСВ передбачає, що бізнес повинен брати до уваги соціальні, екологічні та етичні питання в своїй діяльності, а також звітувати про ці питання перед зацікавленими сторонами.

Також важливими теоретичними основами є концепції «зеленого» та «соціального» інвестування, які включають в себе врахування екологічних та соціальних факторів при прийнятті рішень про інвестування.

Усі ці теоретичні підходи відображають важливість врахування соціально-екологічних питань у процесі інвестування, що позитивно впливає на сталість розвитку економіки [1].

Сталість розвитку економіки – це концепція, що передбачає забезпечення економічного росту та підвищення рівня життя людей без шкідливого впливу на довкілля та збереження природних ресурсів для майбутніх поколінь. Така концепція передбачає баланс між економічними, соціальними та екологічними аспектами розвитку, а також врахування потреб теперішнього та майбутніх поколінь. Сталість розвитку економіки є важливим фактором у забезпеченні довгострокової стабільності та процвітання суспільства.

Відповідальне інвестування має позитивний вплив на сталий розвиток економіки. Це пояснюється кількома факторами [2].

По-перше, відповідальні інвестори зазвичай враховують соціальні, екологічні та громадські фактори у своїх інвестиційних рішеннях. Це означає, що вони інвестують в компанії, які практикують екологічно чисте та соціально відповідальне виробництво, а також дотримуються високих стандартів корпоративної соціальної відповідальності. Таким чином, відповідальні інвестори підтримують розвиток таких компаній та сприяють розвитку сталих галузей економіки.

По-друге, відповідальне інвестування сприяє зменшенню ризику інвестування, оскільки компанії, які практикують відповідальний бізнес, зазвичай мають менший ризик конфлікту з правовими, репутаційними та фінансовими проблемами, що негативно вплине на інвестиції.

По-третє, відповідальне інвестування сприяє збільшенню стійкості економіки в цілому. Воно забезпечує більш довгостроковий підхід до інвестування, оскільки враховує не лише фінансовий результат, а й соціальні та екологічні наслідки. Це допоможе зменшити коливання на фінансових ринках та зберегти ресурси для майбутніх поколінь.

У результаті впровадження відповідального інвестування можна спостерігати позитивний вплив на сталий розвиток економіки. Інвестування у сталі компанії, які працюють з урахуванням соціальної відповідальності та здатністю до сталого розвитку, забезпечує стабільний дохід для інвесторів на довгий термін, а також позитивний вплив на соціальне та екологічне благополуччя[3].

Можна зробити висновок, що відповідальне інвестування є ефективним інструментом сталого розвитку економіки. Його вплив на соціальні, екологічні та

економічні аспекти є дуже значним і приводить до досягнення більш стійкого розвитку.

Відповідальне інвестування забезпечує захист інтересів всіх зацікавлених сторін, забезпечує зменшення ризиків, пов'язаних з негативними впливами на довкілля, підвищення рівня соціальної відповідальності та розбудову довгострокових взаємовигідних відносин між інвесторами та компаніями.

Однак, відповідальне інвестування потребує більш детального аналізу та вивчення. Для того, щоб відповідальне інвестування стало більш поширеним, необхідно проводити більше досліджень, підвищувати рівень свідомості та знань про його вплив на сталий розвиток економіки, розвивати методи та інструменти для вимірювання результатів відповідального інвестування.

Список використаних джерел

1. Basu A. R., Palazzo M. J. Corporate social responsibility and sustainable development through responsible investing: a review. *Journal of Business Ethics*. 2008. Vol. 82, No. 2. P. 377-391.

2. Denysenko O., Lyulyov A., Krasulia O., Yaroshenko S. Responsible investment: a review of the concept and possible implementation in Ukraine. *Journal of Security and Sustainability Issues*. 2018. Vol. 7, No. 3. P. 407-420.

3. Горобець І. М., Шульженко Т. В., Столяренко Л. О. та ін. Відповідальне інвестування: теорія і практика. *Економічний простір*. 2020. Вип. 156. С. 61-72.

4. Корнієнко Н. В., Проскурова О. В. Відповідальне інвестування як інструмент сталого розвитку економіки. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 4. С. 22-28.

УДК 331.3:330.3

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

ІРИНА СЕРНЯК¹, ОЛЕГ СЕРНЯК²

¹*Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна*

²*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна*

В умовах повномасштабного вторгнення Росії в Україну багато вітчизняних підприємств думали не стільки про розвиток, скільки про своє економічне та фізичне виживання. Проте навіть у ці часи бізнес різних масштабів продовжував демонструвати прагнення до сталості. Про це свідчать дані другого щорічного експертного дослідження рівня інтеграції Цілей сталого розвитку ООН у стратегію бізнесу та стратегію розвитку України – Індексу сталого розвитку, що провела Європейська Бізнес Асоціація. За результатами дослідження інтегральний показник Індексу покращився і склав 3,50 балів з 5-ти можливих, що на 0,23 пункти вище, ніж результат 2021 року [1]. Водночас протягом 2022 року у вітчизняних підприємств змінилися пріоритети сталого розвитку. Зокрема, замість

екологічних питань, що домінували перед повномасштабним вторгненням, на перше місце вийшла соціальна складова сталого розвитку.

Незважаючи на значні ризики та вплив деструктивних факторів макросередовища, пояснити прагнення бізнесу України до сталого розвитку можна з одного боку намаганням остаточно переорієнтуватися на європейський ринок, де цінуються Цілі сталого розвитку ООН, а з іншого – бажанням створити нову якість розвитку підприємства – сталий розвиток, що в умовах війни є своєрідною демонстрацією економічної перемоги українського бізнесу над агресором.

Сталий розвиток підприємства передбачає здійснення якісних змін щодо збалансування інтересів підприємства в поточному та майбутньому періодах на засадах досягнення в динаміці економічної ефективності, фінансової стійкості, економічного зростання та розвитку екологічної і соціальної підсистеми підприємства та, як наслідок, макросистем вищого рівня, з урахуванням раціональних обмежень, що накладаються економічною безпекою підприємства і впливу чинників зовнішнього середовища [2, с. 20]. Поряд із підвищенням конкурентоспроможності, забезпечення сталого розвитку підприємства є, на наш погляд, цілями соціального інструментарію управління персоналом, а тому важливо дослідити його роль у розвитку підприємства.

Соціальний інструментарій управління персоналом є комплексом людиноцентричних управлінських заходів і рішень, спрямованих на максимальне використання людського потенціалу, його постійний розвиток і капіталізацію знань, умінь та навичок працівників, з метою підвищення конкурентоспроможності та забезпечення сталого розвитку підприємства.

З урахуванням домінуючого соціального пріоритету сталого розвитку для вітчизняного бізнесу розглянемо вплив наступних соціальних інструментів спочатку на складові системи управління персоналом, а через них – на сталий розвиток підприємства, а саме:

- розвиток лідерства та побудова команди;
- планування та розвиток кар'єри працівника;
- забезпечення добробуту працівників і якості трудового життя;
- впровадження інноваційних форм навчання та розвитку персоналу;
- зворотній зв'язок, консультування та коучинг.

Соціальний інструмент розвитку лідерства та побудови команди використовується, як правило, після організаційної діагностики, атестування або оцінювання персоналу на підприємстві та є своєрідним етапом у рамках консультування з організаційного розвитку. У цьому випадку командоутворення може відбуватися за трьома напрямками: формування високоєфективних команд, підбір відповідного персоналу і комплектування відповідних команд, переформування існуючих команд з метою досягнення максимальної ефективності (рис. 1).



Рисунок 1 Напрями командоутворення у контексті консультування підприємства з організаційного розвитку

Джерело: розроблено автором на основі [3, с. 76].

Забезпечення добробуту працівників і якості трудового життя є соціальним інструментом управління персоналом, який у вітчизняних реаліях має дві крайнощі: з одного боку, підприємство може просто гарантувати дотримання усіх соціальних вимог, які і так визначені державою, а з іншого боку, дуже затребуваний персонал може отримувати від керівництва соціальні пільги та привілеї, що суттєво вищі середніх показників по підприємству. У результаті ефективність використання цього соціального інструменту зводиться до нуля. Тому з метою забезпечення добробуту працівників і якості трудового життя варто розробити систему пільг і компенсацій, яка буде прозора та відкрита для персоналу та виконуватиме дійсно мотивуючу функцію. При цьому вона має бути достатньо гнучкою та реагувати на конкуренцію, зміни тенденцій на ринку праці, очікувань працівників, вимог профспілок і законодавства.

Впровадження інноваційних форм навчання та розвитку персоналу – це соціальний інструмент управління персоналом, спрямований на покращення ефективності роботи працівників і команд в організаційних умовах. Серед методів навчання та розвитку виокремлюють запровадження індивідуалізації навчання, інтерактивне навчання за комп'ютером, збагачення змісту роботи, тренування професійним інструментам роботи, лекції, рольові ігри, семінари, самокероване навчання тощо.

Зворотній зв'язок, консультування та коучинг – це соціальний інструмент підтримки працівника підприємства іншими, як правило, більш досвідченими та компетентними, працівниками цього ж підприємства. Його особливістю є фокусування на всій роботі працівника протягом конкретного періоду часу, а не на конкретній проблемі. Розглянутий соціальний інструмент управління

персоналом дозволяє організувати виконання роботи та розвиток персоналу при незначних вартості та затратах часу порівняно з іншими інструментами.

Використання соціального інструменту зворотного зв'язку, консультування та коучингу є складовою політики «відкритих дверей», що передбачає постійну комунікацію з працівниками, урахування їх скарг і побажань. Така відкритість ще на етапі задоволення потреби підприємства в персоналі сприяє потім легшому застосуванню інших соціальних інструментів управління персоналом.

Таким чином, впливаючи на розвиток людських ресурсів, соціальний інструментарій відіграє ключову роль у сталому розвитку підприємства загалом і сприяє цілеспрямованому використанню зусиль працівників для підвищення ефективності та результативності діяльності організації. Водночас, використання соціальних інструментів управління персоналом створює атмосферу довіри, підтримки та турботи з боку підприємства, що особливо важливо сьогодні в умовах війни та буде важливо у час повоєнного відновлення.

Список використаних джерел

1. Війна не змусила бізнес відмовитись від принципів сталого розвитку, – дослідження ЕВА. 05.01.2023. URL: <https://eba.com.ua/vijna-ne-zmusyla-biznes-vidmovyutys-vid-pryntsyypiv-stalogo-rozvytku-doslidzhennya-eva/>.

2. Кузьміна О. С. Аналіз підходів до трактування поняття «сталий розвиток підприємства». *Вісник Хмельницького національного університету*. 2015. № 5, Т. 1. С. 13–21.

3. Гавриш О. А., Довгань Л. Є., Крейдич І. М., Семенченко Н. В. Технології управління персоналом : монографія. К. : НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського», 2017. 528 с.

УДК 620.92

РОЗВИТОК ТЕХНОЛОГІЧНИХ РІШЕНЬ У ГАЛУЗІ ВДЕ (АВТОМАТИЗАЦІЯ, БЛОКЧЕЙН, ТРАНСФОРМАЦІЯ, «РОЗУМНІ» МЕРЕЖІ)

НАДІЯ ДАЛЯК¹, МИРОСЛАВ МАЦІРУТА²

¹Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

²ФОП МАЦІРУТА

Поширення відновлюваних джерел енергії (ВДЕ) можуть прискорити інноваційні технології, такі як автоматизація, штучний інтелект і блокчейн, а також впровадження передових процесів управління матеріалами та виробничими операціями. Такі інновації варіюються від технологій, що дозволяють оптимізувати виробництво енергії та експлуатацію ВДЕ-активів (автоматизація, передові виробничі технології), до технологій, що сприяють більш ефективному використанню ВДЕ (ШІ-рішення для метеорологічних прогнозів), підвищенню ефективності роботи ринку ВДЕ (блокчейн) та переходу на вдосконалені матеріали для виробництва сонячних панелей та вітрових турбін (передові матеріали). Всі ці технології посилюють обидві вищевказані тенденції,

допомагаючи знижувати витрати і ефективніше здійснювати інтеграцію ВДЕ в енергомережі. Автоматизація дозволяє суттєво знизити фінансові та часові витрати на експлуатацію ВДЕ-активів та виробництво електроенергії. Наприклад, минулого року компанія FirstSolar автоматизувала процеси на своїй американській СЕС і потроїла розміри сонячних панелей, що використовуються. У результаті трансформації комплексного багатоденного процесу в процес, що включає лише кілька кроків і займає лічені години, компанія досягла показника собівартості енергії на 30% нижче, ніж у конкурентів. Крім того, автоматизація забезпечує значний позитивний ефект для прибережних ВЕУ, на які припадає більше планових відключень з метою технічного обслуговування з розрахунку на 1 ГВт встановлених потужностей, ніж на будь-який інший вид установок. У липні найбільший у світі прибережний вітряний парк впровадив у свої процеси повністю автоматизованих дронів, що дозволило скоротити тривалість технічних перевірок з двох годин до 20 хвилин [1]. Надалі завдяки повзаючим роботам, розробка яких ведеться зараз, може стати можливою автоматизація мікрохвильових та ультразвукових перевірок внутрішньої структури та матеріалів сонячних панелей та вітрових турбін. В рамках автоматизованих процесів проводиться збір наборів даних, які потім можна аналізувати за допомогою ШІ з метою підготовки прогнозів та вказівок. Технології штучного інтелекту дозволяють підвищити точність метеорологічних прогнозів і тим самим оптимізувати використання відновлюваних енергоресурсів. Метеорологічні прогнози - це ключовий компонент інтеграції ВДЕ, оскільки саме погодні умови визначають доступність вітрових та сонячних ресурсів, а також обсяги їх споживання. У холодний вітряний день пропозиція вітрової енергії і попит на неї можуть підвищуватися, тоді як вітряної вночі пропозиція може підвищитися, а попит - залишитися незмінним. Система на базі штучного інтелекту може обробляти зображення з супутників, результати вимірювань, зроблених метеостанціями, статистичні дані та деталізовані дані, що надходять з датчиків на ВЕУ та СЕС. Результати аналізу можуть використовуватися для прогнозування погодних умов, порівняння прогнозних та фактичних даних та коригування використовуваної моделі за допомогою алгоритмів машинного навчання для підвищення точності прогнозів. ШІ-системи можуть обробляти сотні терабайтів даних та регулярно готувати докладні прогнози. Національні метеорологічні служби на провідних ринках сонячної та вітрової енергії вже впровадили технології штучного інтелекту, що призвело до значного підвищення точності прогнозів і зниження витрат для енергетичних компаній. Наприклад, іспанська національна система прогнозування вітру Sipleolico, розроблена на базі технологій ШІ, за сім років допомогла вдвічі скоротити кількість помилок у добових прогнозах. Гіперлокальні ШІ-моделі для підготовки метеорологічних прогнозів тепер можна впровадити будь-де і всього лише за тиждень [2]. Крім того, компанія ІВМ спільно з Національним центром атмосферних досліджень США працюють над створенням першої глобальної метеорологічної моделі, яка дозволить впровадити технології ШІ на малорозроблених ринках. Ще одна технологія, яка може бути корисна на недостатньо охоплених ринках - це блокчейн. Електроенергетичний сектор рясніє можливостями для його

застосування. Один із найбільш очевидних варіантів використання цієї технології – це ринок сертифікатів атрибутів енергії (CAE, раніше – сертифікати відновлюваної енергії) у США, а також європейський ринок сертифікатів-гарантій походження енергії (СГПЕ). Концепція, що лежить в основі CAE, проста: кожен сертифікат підтверджує факт виробництва 1 МВт електроенергії, призначеної для продажу споживачам. Разом з тим сам процес відстеження виробництва електроенергії складний, пов'язаний з великими фінансовими та тимчасовими витратами для безлічі сторін і до того ж схильний до ризику шахрайства. Використання блокчейна дає організаціям доступ до спільно використовуваного, достовірного переліку всіх проведених операцій і усуває необхідність допомоги посередників: реєстраторів, брокерів і стверджуючих осіб [3]. Автоматизація процесів забезпечує прозорість, дешевизну та швидкість операцій і доступна навіть малим гравцям. Використання блокчейну для управління CAE також допоможе усунути безліч проблем, пов'язаних із бюрократією та відсутністю довіри. Як нові, так і усталені компанії вже приступили до аналізу можливостей блокчейн-систем для управління CAE. Наприклад, нещодавно одна з енергетичних компаній об'єдналася із фондовою біржею для перевірки концепції блокчейн-проекту. Тим часом дві концепції, що вже успішно пройшли перевірку, зумовили зсув парадигми у сфері передових матеріалів і виробничих технологій. Передові матеріали та виробничі технології: перовскіт та 3D-друк можуть кардинально змінити вигляд сонячної та вітрової енергетики. Технологія отримання сонячної енергії за допомогою перовскіту розвивається рекордними темпами з моменту появи. Менше ніж за 10 років цей мінерал забезпечив такий приріст ККД сонячних елементів, на досягнення якого за допомогою кремнію пішло понад півстоліття. У червні 2018 року британсько-німецька інноваційна компанія продемонструвала рекордний показник перетворення сонячного світла на електроенергію — 27,3%. У лабораторних дослідженнях перовскіт використовувався спільно з кремнієм, що дозволило побити попередній лабораторний рекорд, досягнутий за допомогою одного лише кремнію[4]. Бельгійські дослідники отримали схожі результати наступного місяця, причому обидві групи вчених заявляють, що близький день, коли коефіцієнт перетворення перевищить 30%. Властивості перовскіту досить прості: він здатний перетворювати на електрику більший діапазон світлового спектру, ніж кремній, і при тому з більшою ефективністю. Крім того, перовскіт можна розпорошувати на різні поверхні у вигляді спрею або друкувати у вигляді рулонів, що розширює можливості для його застосування і дозволяє знижувати виробничі витрати. Якщо говорити про вітрову енергетику, технології адитивного виробництва створюють можливості для застосування нових матеріалів. Так, дві національні лабораторії в США об'єдналися з представниками енергетичного сектора для того, щоб уперше в історії створити заготовку для тривимірного друку лопаті ВЕУ. Це допоможе значно знизити фінансові та тимчасові витрати на виробництво лопатей (з року до трьох місяців) [5]. Наступним рубежем стане безпосередньо 3D-друк лопастей, яка дозволить використовувати нові комбінації матеріалів та вбудованих сенсорів для оптимізації витрат і продуктивності, а також виробляти лопаті за місцем

знаходження установки з метою усунення логістичних витрат та ризиків. Виробники планують почати з 3D-друку запасних деталей на запит за місцем локалізації вітрових установок. Це забезпечить зниження витрат і зменшить тривалість простою через ремонт. Концерн GE вже використовує технології аддитивного виробництва для ремонту та підвищення ефективності роботи лопатей своїх вітрових турбін. Виробники очікують зростання попиту на сонячно-вітрову енергію, а тому активно інвестують кошти в ці нові технології.

Список використаних джерел

1. Energy Live News, “Orsted drones on about robotic wind turbine blades inspection”, Priyanka Shrestha, 18 липня 2018 року, <https://www.energylivenews.com/2018/07/18/orsted-drones-on-about-robotic-wind-turbine-blades-inspection/>
2. Engerati, “Utilities and machine learning — the use cases”, 12 січня 2018 року, <https://www.engerati.com/energy-management/article/machine-learning/utilities-and-machine-learning---use-cases>
3. The New York Times, “Demystifying the blockchain”, Andrew Ross Sorkin, 27 червня 2018, <https://www.nytimes.com/2018/06/27/business/dealbook/blockchain-technology.html>; GTM, “Reality check: blockchain needs proof of concept before revolutionizing the grid”, Rachel Ett, 14 червня 2018 року, <https://www.greentechmedia.com/articles/read/reality-check-blockchain-needs-proof-of-concept-before-revolutionizing-the>
4. П.В. 26/oxford-pv-hits-world-record-efficiency-for-perovskite-silicon-tandem-cell/; рекордний показник для кремнію – 26,3%. IEEE Spectrum, “efficiency of silicon solar cells climbs”, John Boyd, 20 березня 2021 року, <https://spectrum.ieee.org/energywise/energy/renewables/efficiency-of-solar-cells-continues-to-climb>
5. Sandia National Laboratories, “First 3-D printed wind-blade mold, energy-saving nanoparticles earn Sandia national awards”, 25 квітня 2018 року, https://share-ng.sandia.gov/news/resources/news_releases/consortium_award

УДК 658.589:330.341

ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

НАДІЯ ДАЛЯК, ЛЮБОВ ЛОЗІНСЬКА, ОЛЕКСАНДР РУДЕНКО

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Оцінка ефективності модернізації підприємства призначена для аналізу параметрів його функціонування на віддалену перспективу у відповідності із обраною моделлю стратегічного управління. При формуванні такої моделі важливим є вибір показників, які характеризують поточний і майбутній стан підприємства, а для досконалої оцінки ефективності модернізації основний засобів слід розглядати підприємство як складну систему і при дослідженні дотримуватись наступних ідей системної філософії.

Упорядкована цілісність. Упорядкована цілісність відноситься до

характеристик системи, а не її окремих компонент. Так як цілісність є результат динамічного впливу складових елементів, система представляє собою дещо інше, ніж просто сума її окремих компонент. Поведінка системи не може бути передбачена на основі спостережень за її ізольованими частинами. В нашому випадку слід упорядкувати всі елементи внутрішнього і зовнішнього середовища за трьома напрямками (економічний, екологічний, соціальний), а не розглядати їх окремо.

Самостабілізація. Самостабілізуюча система досягає динамічного балансу між її внутрішніми, фіксованими обмеженнями і зовнішніми силами навколишнього середовища, які намагаються змінити її стійкий стан. Коли системи пристосовуються до потоку змін із зовнішнього середовища, вони поводять себе самостабілізуючим чином. Отже, підприємство НГК може знаходитись в стійкому стані за умови пристосування до умов зовнішнього середовища, що відповідає також принципам стратегічного управління. Таким чином, при дослідженні слід враховувати можливі зміни в зовнішньому середовищі.

Самоорганізація. Самоорганізована систем представляє собою більш ускладнений приклад пристосування до середовища, ніж самостабілізуюча система. Самоорганізована система в змозі реорганізувати свої внутрішні обмеження, а не просто пристосуватися до потоку змін зовнішнього середовища; самоорганізація виражається в нових стійких станах, які більш стійкі до змін, ніж попередні. Самостабілізуючі системи виживають в середовищах, зміни в яких знаходяться в межах діапазону коректуючих дій; самоорганізовані системи еволюціонують в більш складні і більш життєздатні системи. З погляду стратегічного управління для підприємства НГК цей постулат, на нашу думку, слід розуміти наступним чином: підприємство НГК повинно бути самоорганізованою системою, оскільки це дозволить забезпечити виживання шляхом реорганізації внутрішніх можливостей відповідно до змін, які диктує зовнішнє середовище.

Ієрархізація. Ієрархія виникає, коли системи, які функціонують як ціле на одному рівні, функціонують як частини системи більш високого рівня, стаючи підсистемами цієї системи. Для підприємств НГК цей принцип є очевидним, оскільки кожне окреме підприємство, як система є підсистемою у нафтогазовому комплексі в цілому.

Визначено наступну систему критеріїв ефективності модернізації:

1) узагальнюючі критерії:

- прибуток на одиницю загальних витрат на модернізацію;
- рентабельність модернізації;
- частка приросту продукції, отриманої з допомогою інтенсифікації виробництва;

ефект використання одиниці виробленої продукції;

2) критерії ефективності використання праці (персоналу):

- темпи зростання продуктивність праці;

- частка приросту продукції за рахунок збільшення продуктивності праці;
- абсолютне і відносне вивільнення працівників;
- коефіцієнт використання корисного фонду робочого дня;
- трудомісткість одиниці виробленої продукції;
- зарплатоємність одиниці виробленої продукції;
- 3) критерії ефективності використання виробничих засобів:
 - загальна фондівдача;
 - -фондовіддача активній частині основних засобів;
 - рентабельність основних засобів;
 - фондоємність одиниці виробленої продукції;
 - -матеріаломісткість одиниці виробленої продукції;
 - коефіцієнт використання найважливіших видів сировини й матеріалів;
- 4) критерії ефективності використання фінансових коштів:
 - оборотність оборотних засобів;
 - рентабельність оборотних засобів;
 - відносне вивільнення оборотних засобів;
 - - питомі капітальні вкладення (на одиницю приросту потужності чи продукції);
 - рентабельність капітальних вкладень;
 - термін окупності капітальних вкладень та інших.

Отже, для успішного і ефективного відбору показників, необхідних для побудови моделі оцінки стратегічного управління підприємства, слід здійснити їх класифікацію та ранжування за важливістю і можливістю оцінки. Також слід враховувати особливості діяльності підприємства з огляду на принципи стратегічного управління. Теорія систем представляє концептуальну основу для побудови методологій, яка дозволяє нам описувати систему і її проблеми в термінах взаємозв'язаної ієрархії. Ця методологія враховує роль людського елемента в складних соціальних і організаційних системах, збалансовує багаточисленні і протилежні намагання людей, чиїх інтересів торкається поведінка системи, водночас пропонує також засоби для встановлення упорядкування пріоритетів і вимірювання інтенсивності взаємодії компонент, що описують структуру системи ієрархії.

Список використаних джерел

1. A conceptual framework for the eco-efficiency assessment of small- and medium-sized enterprises / J.Vásquez, S.Aguirre, C.E. Fuquene-Retamoso and other // Journal of Cleaner Production. – 2019. – No 237. – 117660 [Electronic recourse]. – Access mode : <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652619325107?via%3Dihub>.
2. Rakotoarison H.The Faustmann model under storm risk and price uncertainty: A case study of European beech in Northwestern France / H.Rakotoarison, P.Loisel // Forest Policy and Economics. – 2017. – No 81. – P. 30–37 [Electronic recourse]. – Access mode : <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1389934117302472?via%3Dihub>

СЕКЦІЯ 3. СТАЛИЙ РОЗВИТОК СУСПІЛЬСТВА

УДК 316.3:005.412-026.16(043.2)

СОЦІАЛЬНИЙ АСПЕКТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ: ВКЛЮЧАЮЧИ ПИТАННЯ РІВНОСТІ, ВИРІВНЮВАННЯ ВІДМІННОСТЕЙ, ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СПРАВЕДЛИВОСТІ

НАДІЯ САВЧУК, ЛІЛІЯ ПРИЙМАК

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

Сталий розвиток — це спосіб організації діяльності суспільства, за яким воно зможе існувати в довгостроковій перспективі. Він має на меті досягнення соціальної та економічної справедливості, збереження навколишнього середовища та відновлення використаних природних ресурсів.

Думка, що концепція сталого розвитку стосується лише екологічної ситуації, не правильна. Ця концепція набагато ширше, ніж просто турбота про екологію. Вона зачіпає всі сфери життя: економічну, соціальну та екологічну — тобто, екології відводиться лише третина уваги.

Центральне місце в концепції займає людина сучасного та людина майбутнього. Як експлуатація ресурсів, економічний розвиток чи спрямованість інвестицій, так і освіта, охорона здоров'я, зайнятість та боротьба з голодом — за цією концепцією всі аспекти розвитку суспільства мають узгоджуватися як і з сучасними, так і з майбутніми потребами[1].

Соціальний аспект є одним із ключових компонентів сталого розвитку. Включаючи питання рівності, вирівнювання відмінностей та забезпечення соціальної справедливості, він враховує необхідність забезпечення відповідних умов життя, рівних можливостей та утримання прав людей, включаючи всі соціальні групи, такі як жінки, чоловіки, діти, молодь, літні люди, особи з інвалідністю, мігрантита інші.

Соціальний аспект сталого розвитку передбачає також розвиток соціального капіталу, який включає в себе елементи, такі як соціальна взаємодія, довіра, міжособистісні відносини та громадська участь. Ці фактори мають важливе значення для створення рівних можливостей та забезпечення соціальної справедливості [3].

Загалом, соціальний аспект сталого розвитку має на меті забезпечити розвиток суспільства, який би враховував усі потреби його членів, дотримувався принципів рівності та справедливості, зменшував соціальні розбіжності та сприяв підвищенню якості життя всіх населених пунктів.

Рівність. Стале забезпечення розвитку рівних можливостей та прав для всіх людей, незалежно від їхнього статусу, раси, національності, стану, віку, інвалідності, релігії чи соціального походження. Це включає забезпечення рівних можливостей у доступі до освіти, охорони здоров'я, житла, роботи, культури та інших ресурсів, не допускаючи дискримінації.

Вирівнювання відмінностей. Сталий розвиток забезпечує вирівнювання відмінностей між різними групами населення, такими як регіони, етнічні групи, гендерні групи, інваліди, мігранти тощо. Це означає врахування специфічних потреб та проблем різних груп при розробці та впровадженні політики і програми сталого розвитку, забезпечення рівного доступу до ресурсів та послуг, а також зменшення нерівності.

Соціальна справедливість. Сталий розвиток забезпечення соціальної справедливості, що означає врахування інтересів та потреб усіх громадян, особливо тих, хто є вразливими або знаходиться на межі бідності. Це включає захист прав дітей, жінок, молоді, людей похилого віку та відсійних груп населення. Також це враховує відповідальність перед майбутніми поколіннями, забезпечення сталої спадщини та довгострокового добробуту.

Досягнення соціальної рівності, вирівнювання відмінностей та забезпечення соціальної справедливості є місцями передумови для сталого розвитку суспільства. Це забезпечує справедливий, рівний та інклюзивний розподіл ресурсів, забезпечення якості життя всіх громадян, забезпечує стабільність та гармонію в суспільстві, а також сприяє досягненню довгострокового та сталого розвитку як на рівні окремого індивіда, так і на рівні суспільства в цілому [1].

Сучасний період соціально-економічного розвитку характеризується диспропорційністю та нестабільністю. Глобальна криза має системний цивілізаційний характер і виявила суперечності, що нагромаджувалися упродовж останніх десятиліть. Розвиток людства став набувати кризового характеру. Не тільки несподівані фінансові кризи, падіння економіки, банкрутства, зростання безробіття, зниження доходів, економічна неспроможність цілих країн, а й деструкція культури, моральна деградація, посилення протестних настроїв стали ознаками сучасного розвитку. Хижацьке використання ресурсів, орієнтація виключно на поточне споживання обмежує права і можливості майбутніх поколінь, не залишаючи їм вибору способу життя діяльності. Отже, сучасне людство веде такий спосіб життя, який не дає змоги продовжувати жити.

У рамках нової дорожньої карти сталого розвитку Організація Об'єднаних Націй схвалила порядок денний на період до 2030 року, який містить цілі сталого розвитку, заклик до дій для захисту планети та гарантування глобального добробуту людей. Ці спільні цілі вимагають активної участі окремих людей, компаній, адміністрацій та країн у всьому світі.

Сталий розвиток є універсальною ідеєю, яка може знайти застосування як міжнародні організації та уряди, так і місцевий бізнес та навіть приватні особи. Зусилля окремих людей чи підприємств можуть значно сприяти досягненню цілей сталого розвитку. Сьогодні низка великих виробників вже підтримують цю концепцію та також будують свої стратегії відповідно до неї [2].

Для досягнення сталого розвитку необхідно:

- створити політичну систему, що гарантуватиме участь громадян в обговоренні та прийнятті рішень;
- створити соціальну систему, яка забезпечить розв'язання проблем, які виникли внаслідок негармонійного розвитку;

- створити систему виробництва, яка ґрунтується на екологічних засадах;
- здійснювати розбудову міжнародної системи, яка діє за сталими моделями торгівлі й фінансування;
- створити гнучку адміністративну систему [1].

Людина – це джерело й водночас головна рушійна сила розвитку суспільства. Розвиток людини, створення умов для реалізації її інтелектуального та творчого потенціалу є основою сталого розвитку суспільства.

Список використаних джерел

1. Основи стійкого розвитку : [навч. посіб.] / за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. – Суми : ВТД “Університетська книга”, 2005. – 654 с.
2. Сталій розвиток територіальної громади: управлінський аспект : [монографія] // за ред. Ю. О. Куца, В. В. Мамонової. – Х. : Вид-во ХарPI НАДУ “Магістр”, 2008. – 335 с.
3. Сталій розвиток // Вікіпедія. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/BA>.

УДК 330.3(477)

СКЛАДОВІ УСПІХУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

АННА БУКІЙ, ОЛЕНА ДОЛГАЛЬОВА

Донбаська національна академія будівництва і архітектури, Україна

Проблема сталого розвитку – одна з найбільш актуальних у сучасному світі. Перехід до сталого розвитку – це процес зміни ціннісних орієнтацій багатьох людей. Кожна свідомо людина повинна розуміти, що вона несе відповідальність як соціальну так і фізичну, та духовну, але важливо пам’ятати, що ми несемо відповідальність не тільки за себе, а й за рідних і близьких нам людей, також не треба забувати про відповідальність перед тваринами, як кажуть: «Ми відповідальні за тих кого приручили». Наша відповідальність також стосується і цілей сталого розвитку, які допоможуть подолати бідність, проблеми екології та навчання.

Світові лідери прийняли 17 цілей сталого розвитку (ЦСР), які планують виконати протягом 15 років для покращення стану навколишнього середовища, економіки та суспільного добробуту. Цілі сталого розвитку переплітаються з декларацією відповідальності людини Богдана Гаврилишина.

Декларація відповідальності людини за Богданом Гаврилишином складається з 15 пунктів. *Зокрема, вони стосуються чесності, законслухняності, бережного ставлення до довкілля та повагою до людини.* **Україна перешою в світі запровадила День відповідальності людини.** Запровадження Всеукраїнського Дня відповідальності людини нагадає кожному члену суспільства про складову успіху сталого розвитку. Виконуючи декларацію кожен з нас наблизить нашу країну до зазначених цілей сталого розвитку.

Богдан Гаврилишин говорить: «Загальна декларація прав людини та жорстокі конкурентні відносини призвели до ситуації, де всі дедалі менше виграють, а

більше програють. Світові потрібна допомога, щоб вилікуватись, оживити цінності свободи, людської гідності, верховенства права, соціальної справедливості, радше чим зосередження лише на грошах. Перехід від ситуації, де хтось виграє, а хтось програє, до ситуації, де всі щось виграють, є необхідним завдяки зміні взаємовідносин, діючи через почуття обов'язку та у душі співпраці. Потрібна Універсальна декларація обов'язків людини» [2].

Більш детально ознайомимось з наступними пунктами декларації:

1. Говори правду.
2. Підтримуй своє здоров'я.

А також розглянемо збіжність другого пункту «Підтримуй своє здоров'я» декларації та третьої цілі сталого розвитку «Міцне здоров'я і благополуччя».

Наш вибір зупинився саме на цих пунктах через їх глобальну нестачу в нашому суспільстві. Гарна держава будується на чесності та справедливості і деякій рівності людей. Отож від голови держави залежить життя суспільства цієї держави, як поводить себе він таке поведження і переймає суспільство. Отже, як саме правда пов'язана з усім цим? Щоб покращити світ потрібно привчити себе говорити правду, почати з малого, а саме з себе. Говорити правду своїм близьким, аби не витратити час на виправдування, не наживатись на чийсь необізнаності. Аби світ став краще потрібно бути чесним і самим з собою, дивитись правді в очі і усвідомлювати на що ти здатен, яка ти людина і до чого потрібно йти, аби стати краще.

Коли ми брешемо світу, обманюємо людей і намагаємося з цього щось отримати світ повертає нам тією ж монетою, нам не довіряють, обходять, а отже ти не впорався зі своєю відповідальністю перед суспільством. Правда притягує розумних людей, які допоможуть тобі розвиватись і прагнути йти вперед не зупиняючись. Тільки говорячи правду, роблячи на совість та відповідаючи моральним та етичним установам суспільства ми зробимо його краще.

Наступні питання полягають у тому, як на навколишній світ впливає підтримка здоров'я? Як здоров'я суспільства відображається на розвитку країни? На сам перед, здоров'я дорівнює менше витраченим коштам на лікування, а також часу лікарів, які краще приділятимуть увагу більш нужденним. При підтримці здоров'я звісно потрібно обстежуватись декілька разів на рік, приймати вітаміни для імунітету та слідкувати за харчуванням. Саме харчування в більшій мірі відповідає за наше самопочуття та фізичний стан, ми те що ми споживаємо. Також для світу буде набагато краще, якщо кожна людина почне слідкувати за харчуванням і його об'ємами, скоротивши відсоток відходів. Саме при збалансованому харчуванні, правильному плануванні раціону можна запобігти глобального забруднення та голоду.

Міцне здоров'я має важливе значення для сталого розвитку, цільовими цілями міцного здоров'я та благополуччя є:

- знизити глобальний коефіцієнт материнської смертності до рівня менше 70 на 100 000 живонароджених;
- покласти край епідеміям СНІДу, туберкульозу, малярії та забутих тропічних хвороб, а також боротися з гепатитом, хворобами, що передаються через воду, та іншими інфекційними хворобами;

- вдвічі зменшити кількість смертей і травм у світі внаслідок дорожньо-транспортних пригод;

- досягти загального охоплення медичним обслуговуванням, включаючи захист від фінансових ризиків, доступ до якісних основних медичних послуг і доступ до безпечних, ефективних, якісних і доступних основних ліків і вакцин для всіх

- суттєво зменшити кількість смертей і захворювань внаслідок небезпечних хімічних речовин і забруднення повітря, води та ґрунту;

- посилення спроможності всіх країн, зокрема країн, що розвиваються, для раннього попередження, зменшення ризику та управління національними та глобальними ризиками для здоров'я[3].

До сьогоднішнього дня ООН за третьої ціллю сталого розвитку здобули чималих досягнень. ООН досягли значного прогресу в боротьбі з кількома основними причинами смерті та хвороб. Різко зросла тривалість життя; рівень дитячої та материнської смертності знизився, ми змінили ситуацію на ВІЛ, а смертність від малярії зменшилася вдвічі.

Але світ відхиляється від досягнення ЦСР, пов'язаних зі здоров'ям. Прогрес був нерівномірним як між країнами, так і всередині них. Розрив між країнами з найкоротшою та найдовшою тривалістю життя становить 31 рік. І хоча деякі країни досягли вражаючих успіхів, національні середні показники приховують, що багато хто залишився позаду. Багатогалузеві підходи, що ґрунтуються на правах і враховують гендерні аспекти, є важливими для подолання нерівності та зміцнення здоров'я для всіх [3].

Чим ми здоровіші тим ми продуктивніші, тим самим приносимо користь державі працюючи, допомагаючи навколишньому середовищу. Чим здоровіша нація тим вона витриваліша.

Отже, говоріть правду, будьте чесними і не забувайте про моральність та людяність, бо в брехні зароджується несправедливість та обман, саме чесність приведе нас до кращого майбутнього. Привчайте своїх дітей вести здоровий спосіб життя аби вони росли сильними та витривалими до змін, які відбуваються в навколишньому середовищі. Треба пам'ятати, що краще життя не почнеться поки ми не будемо брати відповідальність за свої вчинки, життя та відношення до навколишнього середовища.

Ознайомившись лише з однією з 17 цілей можна зрозуміти весь масштаб цієї роботи, всю значимість та їх взаємопов'язаність один з одною. Успіх в одній впливає на успіх усіх інших. Чисте навколишнє середовище впливає на наше самопочуття та здоров'я, від нашого здоров'я залежить продуктивність та розвиток міст і спільнот.

Цілі сталого розвитку стосуються не лише держав та керуючих діячів. Сталий розвиток орієнтований насамперед на людину та поліпшення якості її життя. Успіх та досягнення поставлених цілей залежить від нашого сприйняття та готовності змінюватись заради кращого життя не зважаючи на ціну цих змін. Кожному з нас потрібно вчитись новому, прибігати до новітніх технологій у сфері медицини, задля безпечного, швидкого лікування. Головне почати сьогодні, поступово вводити в своє життя звички пов'язані з покращенням навколишнього

середовища, суспільства та самопочуття. Отже, високий рівень відповідальності людини має забезпечити конкурентоспроможність країни у майбутньому та змінити світ на краще.

Список використаних джерел

1. Декларація Відповідальності Людини. URL: <https://bhfamily.org/deklaratsiya-obovyazkiv-lyudyny/> (дата звернення: 09.04.2023)
2. «Декларація відповідальності людини» Богдана Гаврилишина. URL: <https://mkpc.if.ua/2021/10/%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F-%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D1%96%D0%B4%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96-%D0%BB%D1%8E%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B8/> (дата звернення: 09.04.2023)
3. Цілі сталого розвитку. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine/tsili-staloho-rozvytku> (дата звернення: 10.04.2023)

УДК 330.354

СУСПІЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОЛОГІЧНО БЕЗПЕЧНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ЯК ЗАВДАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В ПЕРІОД ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

ВАДИМ АНІСІМОВ

Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України», Україна

Передбачення є одним з найважливіших завдань науки, тому сьогодні, в умовах триваючого спротиву російському нападу на нашу державу, особливо нагальним видається дослідження перспектив повоєнного відновлення України. Вказане вочевидь має відбуватись на засадах сталого розвитку, що являє собою провідний напрям майбутнього поступу людства. Узагальнено метою сталого розвитку є досягнення гармонії між природою та кожною окремою людиною і суспільством в цілому. При цьому ключовим моментом має бути досягнення екологічно безпечного природокористування, передусім в економічній діяльності.

Проте в нинішніх умовах глобалізації зазначене у великій мірі залежить від місця країни в міжнародному розподілі праці. Так, сьогодні спеціалізацією України в міжнародній економіці є експорт сировинних продуктів, що обумовлює поточний розвиток національної економіки України фактично в рамках сировинної моделі з усіма несприятливими для екологічно безпечного природокористування наслідками. Адже об'єктивно вказана модель, у разі коли певні природні ресурси становлять ринкову цінність, спонукає діючих в ній суб'єктів господарювання до понаднормової експлуатації цих ресурсів, фактично без дотримання приписів щодо природокористування або з їх мінімальним дотриманням, задля отримання найвищого прибутку.

Більше того, наявність природних ресурсів на які є висока ринкова кон'юнктура зумовлює такі негативні явища в національній економіці як, у кращому випадку, так звана «голландська хвороба» чи, в гіршому – так зване «ресурсне прокляття». Останнє як відомо, полягає у тому, що наявність в певній країні значних запасів природних ресурсів забезпечує її владні верстви величезними прибутками від їх продажу, незалежно від потужності та успішності функціонування національної економіки, а отже влада не відчуває необхідності виявляти активність в підтриманні економічного розвитку своєї країни на засадах прогресивного технологічного устрою, а також припускається недемократичних проявів, оскільки завдяки отриманню доходів передовсім від експлуатації природних ресурсів, а не від податків з населення, не відчуває залежності від громадянського суспільства, яке в таких випадках, як правило, недостатньо потужне [1, с. 18-21, 28-29]. Таким чином, «ресурсне прокляття» окрім економічного виявлення, має також вельми негативне соціальне виявлення, а його безпосереднім наслідком є природокористування, як правило, далеке від екологічно безпечних норм.

Окрім того, в країнах з достатньо розвинутою багатогалузевою економікою та маючими сильні інститути суспільного демократичного контролю за владою, перехід до моделі сировинної економіки призводить до так званої «голландської хвороби», коли основний дохід в держбюджет надходить від експорту однієї або декількох видів мінеральної сировини, а натомість всі інші економічні галузі, окрім видобувної, занепадають. Відтак деградує і вся національна економіка, тому розвинені країни прагнуть не втрапляти в парадигму сировинної економічної моделі.

Натомість щоб посісти гідне місце на світовому ринку, як засвідчує досвід нових індустріальних держав Східної Азії, що демонструють високі темпи економічного зростання, необхідно забезпечити формування конкурентоспроможної національної економіки зі спеціалізацією на продукції передових високотехнологічних галузей, яка найбільш відповідає засадам сталого розвитку. Але це, як свідчить досвід названих та інших країн, які пройшли відповідний шлях економічного розвитку, зазвичай відбувається тоді, коли у країни немає багатих природних ресурсів, а отже, нема чого запропонувати на експорт, крім виробів з високою часткою доданої вартості для виробництва яких потрібні висококваліфіковані кадри. Тобто для таких країн відсутність багатих природних ресурсів компенсується їх високоякісним людським потенціалом.

В Україні наявні висококваліфіковані трудові ресурси з відповідною найвищим світовим вимогам рівнем професійної підготовки, що створює належні підстави для розвитку національної економіки саме в напрямку формування сучасної економічної моделі з пріоритетністю високотехнологічних галузей. Зазначене, зокрема, зумовило те, що на сьогодні в українській економіці набув розвиток сектор інформаційних технологій, продукція якого є цілком конкурентоздатною у світі.

Разом із тим, наявність доволі значних та різноманітних природних ресурсів не дає змоги нашій країні реально відмовитись від відсталого сировинної моделі економіки. Хоча далеко не всі природні ресурси мають сприятливу цінову

кон'юнктуру на світових ринках. Наприклад, за існуючих світових цін на вуглеводні корисні копалини, їх видобуток з надр нашої країни видається недостатньо рентабельним, а отже, Україна в світі не вирізняється нафтогазовою експортною спеціалізацією.

Однак є в нашій країні унікальні природні ресурси, а саме – наші природно-кліматичні умови й насамперед, ґрунти, що є фактично ідеальними для виробництва зернових, олійних та інших видів сільськогосподарських культур, тим самим обумовлюючи аграрну спеціалізацію вітчизняної економіки на світових ринках. І ця спеціалізація залишається провідною незважаючи на те, що значна кількість наших сільськогосподарських угідь нині виведена з господарського обігу внаслідок ворожої окупації, мінування та іншого техногенного забруднення як результату ведення воєнних дій. Адже Україна зі своєю сільськогосподарською спеціалізацією міцно посіла відповідне місце в світовій економіці. Однак, разом із тим, ця спеціалізація не дозволяє позбутися нашій національній економіці сировинної моделі, що ґрунтується на здійснюваній понад розумних екологічних норм експлуатації земельних ресурсів.

Чи може щось змінити курс України на інтеграцію в Європейський Союз з його надзвичайно високими природоохоронними вимогами, що забезпечують екологічно безпечне природокористування? В цьому аспекті треба зазначити, що аграрний сектор української економіки розвивається не за європейськими зразками. В країнах Євросоюзу аграрне виробництво виконує окрім економічної, також і велику соціальну функцію, що виявляється в тому щоб зберігати та створювати робочі місця, не допускати перенаселення міст внаслідок неконтрольованої міграції з сільських поселень. Адже країнам Євросоюзу не є притаманним обезлюднення сіл, що протягом тривалого часу спостерігається в Україні, оскільки в цих країнах в аграрному виробництві зроблено ставку на розвиток фермерського господарства, виходячи з того, що фермерська родина виявляється зацікавлена як у продовженні своєї економічної діяльності наступними поколіннями, так і в збереженні довкілля. Тобто в Євросоюзі сільське господарство розвивається на засадах сталого розвитку, хоча треба відмітити, що фермерам в країнах ЄС виплачують значні дотації та захищають високими митами від напливу дешевої сільськогосподарської продукції з інших країн [2; 3].

Натомість в Україні аграрний сектор національної економіки є головним наповнювачем державного бюджету, передусім внаслідок грошових надходжень від експорту своєї продукції. Відповідно, за закономірностями концентрації капіталу в нашій країні формуються величезні сільськогосподарські підприємства, що працюють виключно на прибуток без врахування соціальних та природоохоронних завдань сталого розвитку, а навпаки знищуючи трудомісткі виробництва на селі та хижачьким методами господарювання виснажуючи ґрунти. Але попри все вітчизняні великі сільськогосподарські високоприбуткові підприємства – агрохолдинги, як відомо, ще й отримують дотації від держави, обходячи при цьому фермерські господарства [2; 3].

Отже, українські природні ресурси, що використовуються для ведення високоприбуткового сільського господарства відіграють для нашої економіки та суспільства в цілому роль тих ресурсів, що зумовлюють «ресурсне прокляття», а

тому передумови екологічно безпечного природокористування у повоєнний період в нашій країні є вельми суперечливими. Таким чином, перед українським суспільством постає надскладне завдання, а саме: цивілізаційна трансформація економічної моделі від застарілої, що притаманна аграрному суспільству, до найсучаснішої притаманної інформаційному суспільству. Причому треба буде, образно кажучи з використанням відомого вислову давньогрецької міфології, пройти між Сциллою «ресурсного прокляття» та Харибдою «голландської хвороби» – від моделі сировинної економіки до моделі передової інформаційно-цифрової економіки, як найбільш відповідної вимогам сталого розвитку.

Список використаних джерел

1. Как избежать ресурсного проклятия / под ред. М. Хамфриса, Д. Саксаи Д. Стиглица с предисловием Д. Сороса; пер. с англ. Москва: Издательство Института Гайдара, 2011. 464 с.

2. Осташко Т., Молдован Л., Бородіна О. Аграрний сектор: час принципово змінити орієнтири розвитку. Дзеркало тижня. 2010. 9 липня. URL:https://zn.ua/ukr/ariculture/agrarniy_sektor_chas_printsipovo_zminiti_orientiri_ro_zvitku.html

3. Молдован Л.В. Від занепаду до сталого розвитку. Сільські вісті. 2013. 3 жовтня. С. 1, 2.

УДК 303.48

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЦИФРОВОГО СУСПІЛЬСТВА: НОВІ ВИМОГИ ДО КОМПЕТЕНЦІЙ ПЕРСОНАЛУ

СВГЕНІЯ МІЩУК¹, ДМИТРО КОЛОСОВСЬКИЙ²

¹Криворізький національний університет, Україна

²Центрально-міська районна у м. Кривий Ріг рада, Україна

У світі понад 4,6 мільярда людей використовують мобільні телефони, що свідчить про широке використання цифрових технологій у повсякденному житті. Ринок цифрових технологій зростає щорічно, а станом на 2021 рік оцінюється у \$11,5 трильйонів доларів. За даними Європейської комісії, у 2021 році в Європі 70% населення користується Інтернетом, а 80% підприємств мають доступ до ширококутового Інтернету. Проте доступність та якість цього доступу різняться в залежності від регіону та країни [1].

Сталий розвиток цифрового суспільства передбачає не тільки збільшення кількості людей, що мають доступ до цифрових технологій, але й збільшення якості цього доступу. Для забезпечення сталого розвитку цифрового суспільства, важливо розвивати інфраструктуру, що дозволить людям максимально використовувати можливості цифрових технологій. Це означає покращення якості мережі Інтернет, збільшення швидкості передачі даних, розвиток електронної комерції, підвищення кібербезпеки тощо. Крім того, для забезпечення сталого розвитку цифрового суспільства, необхідно забезпечити підготовку та перепідготовку персоналу з цифрових технологій. Це можна зробити шляхом

розвитку цифрової освіти, надання курсів та семінарів для робітників, забезпечення доступу до відповідних ресурсів та інформації.

Відтак, розвиток цифрового суспільства стає все більш інтенсивним. При цьому зростає попит на кваліфікований персонал, який має достатні компетенції в цифровій сфері. Сучасні вимоги до компетенцій персоналу відображаються в наступних аспектах:

- технологічна грамотність: персонал повинен мати розуміння технологій, які застосовуються в їхній роботі. Вони повинні знати, як працювати з програмним забезпеченням, обслуговувати комп'ютерну техніку та мережеві пристрої, а також розуміти базові принципи розробки програмного забезпечення;

- аналітичні навички: персонал повинен мати здатність аналізувати великі обсяги даних та вміти виділяти з них корисну інформацію. Вони повинні розуміти базові принципи статистичного аналізу та машинного навчання, щоб мати змогу розробляти моделі та прогнози;

- комунікаційні навички: персонал повинен вміти комунікувати з іншими фахівцями, клієнтами та користувачами. Вони повинні бути здатні пояснювати складні технічні питання простою мовою, давати відповіді на запитання та надавати допомогу вирішення проблем;

- креативність та інноваційність: персонал повинен мати здатність до інноваційного мислення та розуміти можливості застосування новітніх технологій у своїй роботі. Вони повинні бути здатні думати креативно та пропонувати нестандартні рішення для вирішення проблем;

- знання кібербезпеки: персонал, задіяний у будь-якій сфері повинен мати знання про технічні та організаційні аспекти кібербезпеки, такі як: захист інформації: працівники повинні розуміти, як захищати конфіденційну та критичну інформацію від несанкціонованого доступу, втрати або пошкодження; захист мереж: працівники повинні знати, як захистити комп'ютерні мережі від хакерських атак та вразливостей; керування ризиками: фахівці повинні бути здатні оцінювати ризики та виробляти плани заходів на випадок інцидентів. Крім того, особлива виконання вимог регуляторів: працівники повинні розуміти вимоги стандартів кібербезпеки, таких як GDPR, HIPAA, PCI DSS, та забезпечувати їх виконання; знання про технології кібербезпеки: працівники повинні мати знання про різні технології кібербезпеки, такі як мережеві файрволи, системи виявлення вторгнень, шифрування, та інші[2].

Однією з ключових моральних навичок, яку повинен мати персонал у цифровому суспільстві являється конфіденційність. Це пов'язано з тим, що в цифровому середовищі інформація стає надзвичайно доступною та швидко поширюється, а отже, конфіденційність інформації стає особливо важливою. Персонал повинен розуміти, що конфіденційна інформація, така як особисті дані клієнтів, фінансова інформація, бізнес-плани, технічні характеристики продуктів та інші деталі, повинні бути збережені в таємниці та захищені від несанкціонованого доступу. Для того, щоб персонал був компетентним у забезпеченні конфіденційності, необхідно, щоб він розумів принципи захисту даних, вмів застосовувати технічні та організаційні заходи для

їх захисту. Також важливо, щоб персонал був етичним і дотримувався професійних стандартів, які вимагають збереження конфіденційності інформації.

Тож, у цифровому суспільстві, де збереження конфіденційності даних є однією з основних вимог клієнтів та партнерів, моральні навички, пов'язані з конфіденційністю, стають все більш важливими для успішної діяльності бізнесу та інших організацій.

Отже, кваліфіковані працівники у галузі цифрового розвитку повинні мати широкий спектр компетенцій, що охоплює технічні, аналітичні, комунікаційні, креативні та знання з кібербезпеки. Ці компетенції стануть ключовими для забезпечення сталих інновацій та розвитку цифрового суспільства в майбутньому.

Список використаних джерел

1. Deloitte. *Global TMT predictions 2021*. 2021. URL: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/tmt-predictions.html>
2. European Commission. *Digital economy and society index (DESI)*. 2021. URL: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi>

УДК 37.017

ГРОМАДЯНСЬКА ДІЯ ТА ГРОМАДЯНСЬКА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ЮЛІЯ ПАЗИНІЧ

*Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»,
Україна*

В умовах сталого розвитку громадянська дія та громадянська відповідальність є критеріями розвитку громадського суспільства. Кількість та змістовна сутність проявів громадянської дії свідчить про ступінь розвитку політичної культури та спроможність реалізації базових політичних прав та свобод громадян. Перспективи розбудови громадянського суспільства та проведення масштабних демократичних змін зумовлені в тому числі і заходами за участю громадськості, а саме масових та індивідуальних політичних виступів громадян. Проблема вивчення громадянського суспільства набуває актуальності через його трансформацію на національному та на глобальному рівні, коли громадські організації та групи вдаються до громадянських дій: акцій протесту, страйків, акцій громадянської непокорності, бойкотів, демонстрацій, «флеш-мобів». Вказані дії мають відображення у комунікаційному медіа-просторі, справляють вплив на громадську думку та політичний процес. Для вивчення українського та зарубіжного наукового дискурсу з проблем громадянської дії має ключове значення для дослідження громадянської дії як чинника демократичної трансформації політичної системи в умовах сталого розвитку.

До фундаментальних цінностей громадянського суспільства належить Батьківщина, власність, особистість, свобода, право, духовність, порядок, державність. Значення організованої громадянської дії для розвитку

громадянського суспільства полягає у демонстрації політичної волі та суб'єктності окремих громадян та їх груп. Разом з тим, громадянська дія вкладається в загальну логіку політичної системи та суспільства. Саме на цій основі відбувається вплив громадянської дії на процеси демократизації. На думку А. В. Грамчук, «у розвинутому громадянському суспільстві розрізняють три основні системи відносин: 1) масові безпосередні акції громадян переважно політичного характеру; 2) організовані інститути громадянського суспільства; 3) міжособистісні стосунки громадян переважно морально-психологічного характеру» [1, с.10].

Серед громадянських дій найбільш важливими є акції відповідальності, акції представництва, акції протесту та акції культурно-мистецького напрямку. Перші акції відповідальності вимагають контролю за діями влади та її дії за певні дії, а цілу політику в певній галузі. Ці акції визначаються активністю учасників, мають пафосне відстоювання громадянських свобод і винятково позитивну громадську думку. Водночас акції відповідальності є системними акціями для демократичного суспільства, які є каналом зв'язку між політичною системою та зовнішнім середовищем. Акції представництва є також системними акціями громадянської дії, які є легальним шляхом виразу думки та соціально-політичної волі громадян. Ці акції мають легальне оформлення, оскільки мають певні заявки, мають гарний шлях здійснення, комбінується з іншими діями політичних суб'єктів. Акції представництва є найбільш інституалізованими формами громадянської активності в Україні та світі. Акції протесту здебільшого є антисистемними акціями, для них характерними є спонтанність, велика кількість учасників, універсальність вимог, нашарування різних імпульсів невдоволення владою та популярність і винятково швидке поширення інформації. Акції культурно-мистецького характеру, які за формою не є політичними, (такі як парсфоменси, інсталяції, виставки, мистецькі збори), не мають особливо визначеної політичної мети, але окремі аспекти цих акцій можуть бути винятково корисними для реалізації стратегій певних політичних сил. До акцій громадянської дії культурного мистецтва належать виступи відомих митців, співаків, художників, артистів з політичними заявами.

Моральний дискурс передумов громадянської дії також включає визначення справедливості мети і поваги до інтересів всіх громадян. Саме такою є передумова громадянської непокори, як основної форми громадянської дії. На думку Дж. Роулза, ці два принципи являють собою моральні підстави правління більшості, без чого таке правління було б просто процедурним прийомом, який освячує владу переважної маси. До того ж, оскільки жодна політична процедура не може гарантувати справедливості затверджуваних законів, при тому, що навіть у найкращих політичних системах неминуче присутня «недосконалість процедурної справедливості». Отже, коли більшість порушує уявлення про справедливість, поділювані всім співтовариством і втілені в конституції, воно створює арену для виправданих акцій громадянської непокори [2]. Громадянська непокора є цілком обґрунтованим і виправданим правом громадян демократичного суспільства та є формою публічної дії, яка апелює до більшості, яка виражає глибоке і свідоме політичне переконання в тому, що політична

більшість порушила загальноприйняте уявлення про справедливість і моральні основи суспільної співпраці. Звідси, згідно з Дж. Роулзом, виникають три необхідних умови, при яких можлива участь у громадянській непокори: «По-перше, вона повинна бути ненасильницькою, що не порушує громадянські свободи інших і таким, що не містить у собі погроз. По-друге, несправедливість повинна бути дуже серйозною. По-третє, колись потрібно використовувати всі звичайні канали впливу на законодавчу більшість і переконатися в їх неефективності» [2, с.67]. Вона діє як коригувальний і стабілізуючий механізм, утримує можновладців від зловживання владою, що є головним джерелом нестабільності і становить протидію фундаменталізму учасників колективної дії. Дж. Роулз стверджує, що громадянська непокора не має сенсу в закритому суспільстві, у суспільстві, в якому влада носить автократичний характер. Ситуація зовсім інша в демократичному суспільстві як системі, яка забезпечує співпрацю рівних. Несправедливість у такому суспільстві означає порушення прав, а громадянський обов'язок включає обов'язок захищати права, гарантовані конституцією. Громадянська непокора дає можливість протистояти несправедливості в ім'я закону. У демократичному суспільстві громадянське рішення не підкоряється веде до конфлікту обов'язків: право захищати особисті інтереси та опиратися на несправедливість суперечить обов'язку визнавати закони, прийняті законодавчою більшістю. Це актуально навіть при такому формальному демократичному устрої, який фактично виражається в несправедливій та корумпованій системі влади. Громадянська непокора є формою демократичної опозиції. Громадянська непокора, звичайно, можлива на базі такої соціальної моделі, яка звичайно називається відкритим суспільством. Відповідно до цієї моделі, соціальні інститути є продуктом соціальної творчості. Їх раціональні зміни обговорюються в термінах їхньої відповідності не тільки існуючому порядку, а саме, конституційному порядку, але й актуальним людських цілям та потребам. За своєю природою акції громадянської непокори є політичними, публічними та ненасильницькими. Як політичні вони адресовані правлячій більшості; вони обумовлені та обґрунтовані політичними принципами, зокрема принципом справедливості, який лежить в основі конституцій та соціальних інститутів. Як публічні ці акції адресовані громадськості і вони здійснюються громадськістю відкрито і щиро. Як ненасильницькі ці акції підтверджують повагу до даної політичної системи в цілому та визнання інших у їхньому почутті справедливості. Громадянська непокора є мірою зрілості суспільства, у якому такі виклики соціальним цінностям і ідеям суспільного блага є лакмусовим папірцем і одночасно каталізатором політичного плюралізму.

З погляду на позитивний та негативний вплив громадянської дії потрібно зазначити, що основним критерієм її значення для суспільства є її мета, оскільки громадянська дія виступає лише засобом відстоювання інтересів та вимог індивідів, окремих груп, або суспільства в цілому. Із цього погляду непокора, яка зберігає громадянський пафос, є соціально прийнятною, у той час як спроби підірвати основи громадського життя мають бути відкинуті.

Отже, осмислення теоретичного змісту концепту громадянської дії та її практичного втілення дає змогу стверджувати, що акції громадянської дії є своєрідним проявом громадянської участі громадян, однією з важливих частин політичного процесу в умовах сталого розвитку. Ці дії громадян можуть бути як локальними проявами незгоди з існуючим політичним ладом, так і початком масштабних процесів перетворень в межах окремих держав та регіонів світу. Громадянська дія виступає засобом відображення рівня розвитку громадянського суспільства. Формування громадянської відповідальності, на яке впливає інформація як від суб'єктів державного управління, так і засобів масової інформації, діяльність як політичних партій так і неурядових організацій, віддзеркалює ступінь розвитку громадянського суспільства.

Список використаних джерел

1. Грамчук А.В. Особливості становлення громадського суспільства в Україні: теорія і практика: Автореф. дис... канд. політ. наук: 23.00.02 / А.В. Грамчук; Одес. нац. юрид. акад. – О., 2001. – 19 с.
2. Роулз Дж. Теорія справедливості, 1995. – 568 с.

UDC 331.1: 005.95/96

THE MATTHEW EFFECT: HOW TO AVOID IT UNDER HUMAN CAPITAL EVALUATION

STEPAN LEBEDEV

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine

In the globalized world, humanity has come to recognize the need to establish a balance between satisfying its current needs and protecting the interests of future generations, that is, to the concept of sustainable development. And the main resource capable of ensuring such development is human capital. Current stage of economic development is defined as the knowledge economy. Accordingly, the question arises of managing the development of human capital and its rational use both at the level of the country as a whole and at the level of the enterprise, firm, and industry. This paper discusses the problem of ensuring adequacy in the evaluation of a personal human capital, which can be carried out within an organization or a certain industry.

The formation of personal human capital is a continuous process that involves improving own knowledge and skills throughout life (LifeLong Learning conception). At the beginning of life, the accumulation of human capital is mainly considered as a private matter of the person himself, his family. The state offers certain conditions for obtaining knowledge, and the choice of a person is how to use these opportunities. However, when a person becomes an employee of an enterprise or firm, the maintenance and improvement of common human capital implemented at the level of each employee becomes the task of HR, which acquires the functions of Human capital management and even Talent management. It is the staff that is the key business asset, which provides the enterprise with the ability to create and apply scientific and technological innovations in the creation of new products and the development of the

latest technologies. Therefore, the strategic management of talents throughout their life cycle becomes an important task of human capital management. The first stage on this path is the search and recruitment of candidates, and the next stage is the improvement of their knowledge and management of the effectiveness of the use of this knowledge.

However, there is another way to accumulate human capital. And this way was and still is the so-called headhunting, that is, the search for key positions of specialists who are rare both by specialty and by the level of professionalism. Such a search is carried out among employees of related enterprises, and attention is drawn to those specialists who have already proven their success. That is, the company does not spend time and money on developing the talents of its own employees, but receives them ready-made. The larger the firm or enterprise (in monetary terms), the more relevant is such a solution to the problem of increasing human capital. And the more attractive the company's image is, the easier it is to get consent when attracting potential employees. This problem is also relevant at the level of industrial branches or administrative regions. Therefore, in conditions where human capital plays the role of a determining factor of the efficiency of the economy, it itself becomes an object of the market.

In this paper, we pay the main attention to the study of the Matthew effect as one of the factors affecting the market value of person human capital, namely, such an aspect of it as the unjustifiably overestimated value of some candidates and simultaneously underestimating the value of others. Overcoming this effect is of particular importance for closed systems, since the accumulation of advantages of one of the components of the system occurs at the expense of others, which disrupts the effective functioning of the system as a whole and in the extreme case it can lead to its destruction.

The phenomenon, which later received the name of the Matthew effect, attracted the attention of sociologists in the 60s of the last century. This effect consists in an uneven distribution of advantages, in which the party that already has them continues to accumulate advantages, while the other, which was initially limited, has less chance of success [1]. The Matthew effect has been proposed to explain discrepancies in the evaluation of the scientific achievements of prominent scientists compared to the equal-quality research of their less well-known colleagues. Although at first this effect was used to explain the differences in the rating of scientists [2], later the existence of a similar effect was also discovered in the economy. At the level of individuals, it will manifest itself in the fact that the rich get richer, and the poor become even poorer, since the access of the poor to education is limited already in childhood. The same is true at the level of regions of the same country, as well as at the level of countries at different stages of economic development. Thus, on the example of Guangdong province, it was shown [3] that the efficiency of investment in R&D is twice as high for developed areas (Pearl River Delta) than for less developed ones (other cities of Guangdong province), although the amount of investment in all regions was the same. At the level of countries, this is realized in the «flow of brains and talents» to the most developed countries, in particular, to the USA, while the country where they received their education loses human capital. Therefore, due to the process of interstate labor migration, a redistribution of human capital in the world economy takes place. People who received a good education at the beginning of their career have the opportunity to improve it.

That is the Matthew effect in adult education [4]. And such people will receive preferences at any of the levels of the follower chain of human capital markets.

However, the Matthew effect is manifested not only at the level of exceptional specialists in their field, but also at the level of top managers, middle managers and even ordinary employees. In this case, the Matthew effect is that, starting from a certain level, the reputation and, accordingly, the market value of the employee increases by itself, since it has already reached a high level. What does this mean for the company? From the point of view of the employee's efficiency, the presence of the Matthew effect leads to additional costs that will not always pay off. That is, already upon hiring, a specialist with a high reputation receives a disproportionately higher remuneration for the same work than a specialist with, say, a not so high reputation. Therefore, one of the tasks of human capital management is to find young highly qualified specialists who have not yet gained proper recognition, and to promote their further career growth. By the way, many sociological studies show that career success is facilitated by changing the place of work upon reaching a certain professional level. In this case, the company's expenses for increasing the human capital of this worker are only partially repaid, while the other company, on the contrary, saves its money, receiving the «head» of a ready-made specialist.

In general, the problem of increasing the human capital of an enterprise can be considered as a dynamic programming problem, which can be represented using differential equations:

$$\dot{x} = f(x; u), \quad x \in R^n, \quad (1)$$

where $x \in R^n$ is the phase vector, and $u \in R^P$ specifies the set of admissible values of the parameter thanks to which the control is carried out. Among all possible control influences that transfer the system from the initial state x_0 to the desired state x_t , it is necessary to choose the optimal control that corresponds to the minimum value of the functional:

$$J = \int_{t_0}^{t_1} f(x; u) dt \quad (2)$$

Accordingly, $\dot{x}(t)$ is the solution of the initial system of differential equations (1) under the initial condition $x(t_0) = x_0$, which corresponds to the controlling effect $u(t)$. Thus, the solution of this problem is the optimal trajectory $x^*(t)$, which corresponds to the optimal control $u^*(t)$. We consider the system for which optimal control is carried out as a system with one state variable $x(t)$, which is a complex characteristic of the human capital of a person as an employee of a certain enterprise. When determining the components of human capital, the reputation of a person and the economic efficiency of his activity are considered according to the KPI (Key Performance Indicators) system, which correspond to the person's job duties and the salary is used as a controlling influence.

The same approach can be used to evaluate human capital on a chain of successive markets, taking into account the model proposed in [5]. In this case, a function of two arguments $K_i(t, \tau)$ should be added to the integral function in expression (2). This component allows taking into account the «dynamic memory» of the previous results of the assessment of the human capital of a person at a moment in time $t - \tau$, $\tau \in [0, t]$ in relation to a fixed moment t for which the demand for this capital is determined.

References

1. Rigney D. The Matthew Effect: How Advantage Begets Further Advantage. Columbia University Press, 2010.
2. Feichtinger G., Grass D., Kort P.M., Seidl A. (2021) On the Matthew effect in Research Careers. Journal of Economic Dynamics and Control, 123, 104058, <https://doi.org/10.1016/j.jedc.2020.104058>
3. Peng Z. (2019) R&D Investment and Matthew Effect in Economic Growth – An Empirical Study Based on Guangdong Province. Modern Economy, 10(3), 973-985. doi: 10.4236/me.2019.103065.
4. Bağcı S.E. (2019) Migration and Participation in Adult Education: The Matthew Effect on Immigrants. Adult Education Quarterly, 69 (4), 271-294.
5. Voronin A., Lebedeva I., Lebedev S. (2022) Dynamics of Formation of Transitional Prices on the Chain of Sequential Markets: Analytical Model. Economic of Development, 21(1), 25-35.

УДК 314.1

ДЕМОГРАФІЧНА КРИЗА В УКРАЇНІ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ

ОЛЕКСАНДР ГАЛИЦЬКИЙ, СВІТЛАНА ТИЧКОВА

Одеський державний аграрний університет, Україна

Станом на сьогоднішній день в Україні є проблема загальнодержавного рівня - це гостра демографічна криза, яку ще більше посилило повномасштабне вторгнення російської федерації 24 лютого 2022 року. Демографічний фактор наразі є одним із вирішальних чинників забезпечення стабільності та безпеки для розквіту країни, а питання оптимального демографічного росту має розглядатися як один з головних інтересів країни, як фактор, а також наслідок її функціонування. Ріст трудового потенціалу і величина ВНД залежать від демографії працюючого населення та показників демографічного розвитку[1].

Найголовніші особливості кризи у сучасній Україні: по-перше, населення держави почала стрімко скорочуватися ще з 90-х років, що призвело до відсутності природного приросту (рис.1.); по-друге, зменшення чисельності населення, тобто коефіцієнт народжуваності спадає, а коефіцієнт смертності росте та тривалість життя у порівнянні з іншими країнами дуже низька; по-третє,

високим залишається рівень безробіття, за даними НБУ середній рівень на 2023 рік становитиме близько 26%, що вказує на високий рівень трудової міграції закордон. Також не можна забувати, про те, що більшість працівників отримують низьку заробітну плату, рівень пенсійного забезпечення дуже низький, інфляція, високі комунальні тарифи, екологічна катастрофа, погіршення здоров'я нації та незадовільне медичне обслуговування, анексія Криму та окупація російською федерацією частини Донбасу – це все є причинами поглиблення демографічної кризи в нашій державі. Проаналізувавши дані ООН, бачимо, що Україна протягом 1990-2022 років втратила приблизно 10,7 млн. осіб (більше 20% населення), хоча за оцінкою Держстату кількість населення менше і сягає близько 37,9 млн осіб.

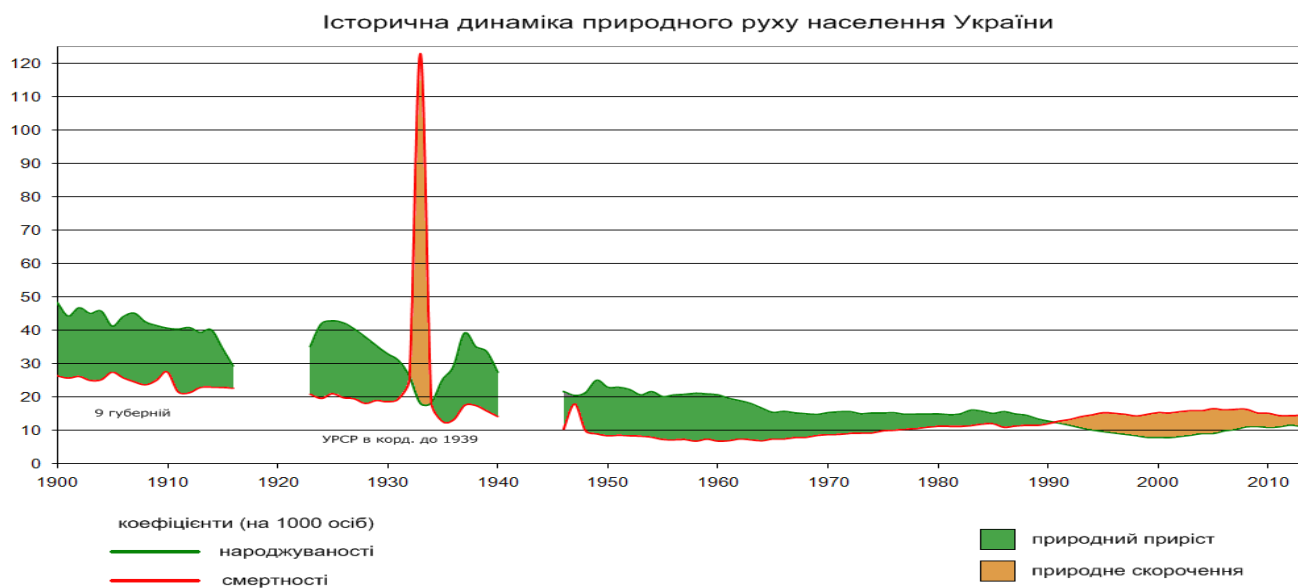


Рис. 1 Історична динаміка природного руху населення України [2].

Після початку повномасштабної війни відбулося ще більше скорочення населення. В країні вже наявні всі елементи для спричинення демографічної катастрофи, наприклад: додаткова смертність мирних громадян та військових, ВПО, ріст еміграції (біженці) та втрата території, що на даний момент сягає майже 20%. Від тривалості війни в Україні може скоротитися населення на 24-33% [3]. Для дітей та людей продуктивного віку цей ефект буде більш вираженим. Таку ситуацію можна назвати демографічною трагедією з кількох причин:

1. Втрата життів. До війни показники по тривалості життя не зростали, тоді коли у сусідніх країнах навпаки йшов ріст. Також коронавірус вплинув на очікувану тривалість життя. Невідому кількість померлих військових та цивільних громадян зумовила війна.

2. Вплив на географічний розподіл населення. Постійно змінюється через внутрішнє переміщення людей, цей показник сягає 16% населення держави. Це значно впливає на вікову структуру населення.

3. Українці-біженці, які переїхали закордон та залишили тут свої сім'ї, майно, навчання та роботу. Понад 6,6 млн осіб це кількість біженців, які виїхали з 24 лютого, але все ж повернулося на Батьківщину більше 2,1 млн українців.

4. Зниження рівня народжуваності через наслідки війни, а також зменшення кількості жінок дітородного віку.

5. Вплив демографічних показників на високу частку людей старшого віку. Що в майбутньому може вплинути на відродження та реконструкцію економіки держави.

Прямий вплив війни на демографію України вже очевидний, яка і так зі слабким демографічним профілем [3].

В Україні головна причина демографічної кризи це бідність основної маси на фоні ринкових реформ, що призвело до різкого скорочення загального виробництва, зниження реальних доходів за умов зростання цін і посилення трудової експлуатації. Потрібно гостро ставити цю проблему та вже починати проводити демографічну політику та підіймати економіку країни, поки не запізно, тому що наслідки будуть фатальні для всієї нації та народу. Хоча навіть зараз вже складніше це зробити, більшість молодих людей закордоном або на війні, в країні переважає населення похилого та нерепродуктивного віку, знищено багато домівок, безробіття та високі ціни навіть на їжу, речі першої необхідності, медицину та житло.

На разі актуальним стає саме те, що держава повинна взяти на себе відповідальність за підвищення якості та рівня життя своїх громадян і забезпечити соціальну безпеку та економічну стабільність для суспільства.

Отже, можна зробити висновок, що в Україні має створюватися позитивна демографічна перспектива для відновлення економічного складової та відбудови держави, політика ця повинна сприяти відновленню рівня народжуваності. Ця політика ґрунтується на підтримці та зміцненні сімей, значному вкладі в охорону здоров'я, зменшення рівня смертності, і підвищенні матеріального добробуту та розвитку людського капіталу. Необхідно ввести активну імміграційні політику, яка сприятиме поверненню українців додому та залученню працівників з інших країн для заповнення існуючої прогалини у статеві-віковій структурі населення, що дозволить підтримати якість та кількість робочої сили. Ключовим елементом відновлення стабільної та безпечної України є демографія, яка тісно переплітається з економічними факторами. Ці фактори вимагають розробки оптимальної національної демографічної політики, яка охоплює комплексну систему економічних, правових, соціальних, освітніх, культурних, інформаційно-пропагандистських елементів, спрямованих на зниження смертності, підвищення народжуваності, відновлення й поновлення генофонду українців [Ошибка! Неизвестный аргумент ключа.]. Завдяки цьому зможемо відродити Україну.

Літературні джерела

1. Аналіз сучасної демографічної ситуації в Україні та перспективи її розвитку. URL: <https://bit.ly/44FZih9> (дата звернення: 21.04.2023).
2. Динаміка народжуваності, смертності та природного приросту в Україні з 1900 р. URL: <https://bit.ly/42gjwvW> (дата звернення: 21.04.2023).
3. Демографічна трагедія України: другий голодомор? URL: <https://bit.ly/3HDtXBN> (дата звернення: 21.04.2023).
4. Сучасна демографічна ситуація в Україні та перспективи її розвитку. URL: <https://bit.ly/3HGcfh0> (дата звернення: 21.04.2023).

ЕКОЛОГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

ІННА ДЕЙНЕГА, СЕРГІЙ ПИРТКО

Рівненський державний гуманітарний університет, Україна

Останнім часом екологічним проблемам людство приділяє все більше уваги. Врахування впливу шкідливості окремих виробництв на екологію все частіше стає тим фактором, що обумовлює бажання споживачів купувати / не купувати певні бренди. Не зважаючи на нижчий, відносно розвинених країн світу, рівень платоспроможності українських споживачів, рівень їх екологічної свідомості є досить високим, що підтверджується, зокрема, даними останніх досліджень [1]. Даний тренд, на нашу думку, обумовлений не стільки екологічною зрілістю вітчизняних споживачів, скільки загальним високим рівнем громадянської свідомості, ріст якого спричинений зокрема і злочинним вторгненням росії в Україну.

Розвиток будь-яких суспільних явищ і процесів не можливий без виникнення комунікацій між усіма зацікавленими сторонами. Присутні комунікації і в діяльності суспільства щодо охорони навколишнього середовища. Такі комунікації отримали назву «екологічних»: «екологічна комунікація – це практична дисципліна, яка дозволяє зрозуміти складні екологічні проблеми та посилює роль окремих осіб та організацій у екологічному управлінні» [2] або це «оцінка та практика того, як люди, суспільства та організації взаємодіють із середовищем і впливають на нього ... включає різноманітні взаємодії, починаючи від міжособистісних комунікацій і закінчуючи медіа-висвітленням, пов'язаним із навколишнім середовищем» [3].

Взаємодія людини з навколишнім середовищем також може вважатись видом екологічної комунікації. Вона передбачає широке коло взаємодій: від міжособистісних контактів віртуальних спільнот до прийняття рішень за участю та висвітлення екологічних засобів масової інформації [4].

На екологічні комунікації покладається цілий ряд важливих завдань, серед яких зокрема виділяють: «підвищення обізнаності, зміни поведінки, впливу на громадську думку, захисту політики, вирішення конфліктів і прийняття законодавства». Вважається, чим більш інтенсивними є екологічні комунікації, чим вищим є рівень залучення громадян до управління та охорони навколишнього середовища, що залежить від рівня їхньої обізнаності з екологічними проблемами, тим вагомішим недержавним гравцем у боротьбі з деградацією навколишнього середовища та зміною клімату стають громадяни країни [2].

Як і будь-яка інша форма комунікацій, екологічна повинна бути побудована із дотриманням певних принципів, що сприятиме посиленню екологічної свідомості та підвищенню екологічної відповідальності споживачів та виробників, ухваленню певних законодавчих актів з метою захисту довкілля чи вирішенню конфліктних ситуацій у царині екології, тобто матиме прямий вплив на конкретний позитивний результат (табл. 1).

Принципи побудови ефективних екологічних комунікацій

Принцип	Зміст принципу
Проведення якісних і кількісних досліджень	представлення інформації таким чином, щоб люди могли сприймати її; допомагає їм краще зрозуміти наслідки того, як ставлення, рішення та поведінка впливають на навколишнє середовище.
Використання цільових повідомлень і повідомлень на основі цінностей	важливо чітко ідентифікувати ціннісні орієнтації, світогляд, а також політичну ідеологію цільової аудиторії. Цінності сильно впливають на те, як людина інтерпретує інформацію, яку отримала. Це, у свою чергу, позначається на характері її взаємодії з навколишнім середовищем.
Використання соціальних впливів і соціальних норм	висвітлення проекологічних суспільних норм має значний вплив на позитивну поведінку щодо різних аспектів, які впливають на навколишнє середовище, наприклад, щодоощадного використання енергії. Ці типи повідомлень мають тенденцію справляти позитивний вплив, незважаючи на те, що люди демонструють, що на них не впливають дії чи ідеали оточуючих.
Налагодження стосунків	розвиток стратегічних відносин із окремими людьми в місцевій громаді є ключовим фактором успіху планування, виконання та оцінювання екологічних повідомлень. Таким чином, для будь-якої особи, яка спілкується від імені громади, важливо ідентифікувати перелік ключових комунікацій, котрі необхідно налагодити для поширення повідомлення, і працювати над розвитком цих стосунків.
Ефективне використання розмовної мови	фокусування думки громадськості чітко на екологічній проблемі, що є помітною для всіх членів громади, уникнення складної наукової лексики при описі проблеми; доступність інформації.
Локалізація екологічної проблеми	важливо використовувати «реальних людей» під час формування локальних повідомлень; ділитися історіями, які впливають на якість життя мешканців певної території; застосовувати персоналізацію, що дозволяє залучити громадськість, ілюструючи, як проблеми насправді впливають на життя пересічних людей.

Джерело: власне напрацювання на підставі [3]

Важливість побудови екологічних комунікацій в економічно розвинених країнах світу підтверджується існуванням такої професії як «офіцер із екологічних комунікацій», до посадових обов'язків якого відносять: «відповідальність за розробку інформаційно-просвітницьких програм для місцевих громад, які проживають на охоронюваних територіях, моніторинг і нагляд за інформаційно-просвітницькою діяльністю, включаючи проведення опитувань та організацію заходів зі збору коштів» [5].

Технічний прогрес, який став можливим завдяки Інтернету, також сприяє вирішенню екологічних проблем через посилення інтенсифікації екологічних комунікацій. З іншого боку, онлайн-технології сприяють підвищенню забруднення повітря, кислотним дощам, глобальному потеплінню та виснаженню природних ресурсів. За даними Netcraft, у світі нараховувалось 7290968 комп'ютерів, які мають вихід в Інтернет, 214036874 унікальних доменних імен і 1838596056 веб-сайтів, що сприяло в цілому понаднормативним витратам енергії. У результаті з'явилися такі концепції, як «зелені веб-сайти», що «пов'язані

з кліматичною політикою та спробами покращити природне середовище існування на Землі» [6].

Не варто забувати і про таку традиційну для бізнес-середовища форму комунікацій як реклама. Не зважаючи на те, що на рекламу покладаються переважно комерційні функції збуту товарів, одночасно вона може мати вплив і на економіку, екологію, культуру тощо. Під соціальною екологічною рекламою розуміють «інформацію з екологічної тематики, що поширена у будь-якій рекламній формі та спрямована на попередження та усунення екологічних проблем, популяризацію екологічного виховання і не має на меті отримання матеріального прибутку» [7].

Відомі бренди світу долучилися до акцій, пов'язаних із екологічною рекламою. Зокрема, весь рекламний бюджет німецького виробника автомобілів Volkswagen був витрачений не на розміщення красивих рекламних оголошень в глянцевих виданнях, а на оплату поштових послуг з доставки прочитаних журналів та друк вкладишів в видання. Цей вкладиш пропонується наклеювати на прочитаний журнал і опустити його в поштову скриньку. Після чого журнал відправляється на вторинну переробку, що дозволяє скоротити витрату природних ресурсів і зберегти кілька дерев від вирубування [8]. Компанії світу знаходять способи, використовуючи традиційні рекламні інструменти, проявляти свою турботу про екологію.

Таким чином, дослідження екологічних комунікацій є важливим науковим завданням, оскільки налагодження ефективних екологічних комунікацій сприяє зростанню екологічної свідомості всіх учасників бізнес-процесів, що, в свою чергу, створює передумови для успішного входження України у Європейський економічний простір, позиціонує нашу державу як відповідального рівноправного учасника.

Список використані джерела

1. Екологічний портрет громадянина України: порівняння з ЄС та рекомендації. Аналітичний документ. Ресурсно-аналітичний центр «Суспільство і довкілля». 2018. URL: <https://cutt.ly/C5f5b8J> (дата звернення: 19.04.2023)
2. Environmental Communication. URL: <https://communicating.green/>
3. Environmental Communications definition. openpr. URL: <https://cutt.ly/e5f5nI8>
4. Harris U. S. Engaging communities in environmental communication. Pac Journal Rev 23, 2017. pp. 65-79.
5. Environmental Communications Officer. URL: <https://cutt.ly/c5f5mph>
6. William J. Environmental Communication: An Overview. Hilar. 2022. Vol. 12, Issue 4. URL: <https://cutt.ly/f5f5QoB>
7. Рогачевська Л. Соціальна екологічна реклама як фактор впливу на формування екологічної свідомості населення. URL: <https://cutt.ly/j5f5Wib> (дата звернення: 19.04.2023)
8. Екологічна реклама від Volkswagen. Про бізнес: веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/i5f5W73> (дата звернення: 19.04.2023)

УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ АНДЕРАЙТИНГУ В СТРАХУВАННІ ЖИТТЯ ТЕТЯНА ТАТАРИНА, ВОЛОДИМИР КОВАЛЬ

КНЕУ імені Вадима Гетьмана, Україна

Андерайтинг є найважливішим бізнес-процесом у страхуванні, оскільки впливає на фінансові результати компанії, її прибутковість. В сегменті страхування життя, зокрема накопичувального, якісно проведений андерайтинг дає можливість покращити рівень добробуту і самого страхувальника. Звідси управління цим бізнес-процесом для страхової компанії являється важливим і необхідним.

Андерайтинг в страхуванні життя і здоров'я у розвинутих країнах давно став відокремленим напрямом дослідження. Процедура андерайтингу закордоном більш тривала і об'ємна у порівнянні з вітчизняним досвідом, зокрема, складається із анкетування, здавання аналізів і великої кількості обстежень.

Андерайтинг в страхуванні життя в залежності від обсягу операцій поділяється на види:

1) Стандартний андерайтинг (вивчення первинної інформації із заяви страхувальника, що виконується продавцем);

2) Індивідуальний андерайтинг (вивчення додаткової інформації за відомостями страхувальника та результати експертизи) [1].

Загалом в страхуванні життя виокремлюють андерайтинг: медичний, професійний і фінансовий.

Медичний андерайтинг передбачає збір та аналіз даних, що стосується здоров'я, звичок застрахованої особи.

Професійний андерайтинг пов'язаний з необхідністю групування професій застрахованих за різними класами ризику і виявлення належності професії до стандартного, підвищеного або високого класу ризику, що впливатиме на розрахунок страхового тарифу за програмами страхування, а також може стати причиною відмови в наданні страхового захисту за певними програмами [2].

Договір довгострокового страхування, як правило, передбачає сплату внесків протягом довгого періоду. Тому під час оцінки ризиків, вивчається спроможність страхувальника виконувати свої фінансові зобов'язання. Під час фінансового андерайтингу вивчається співвідношення розміру страхових премій, які має сплачувати страхувальник за всіма договорами страхування (програмами) і його сукупним річним доходом.

Управління першим етапом процесу андерайтингу включає в себе збір та аналіз медичної історії, здібностей до праці, стану здоров'я та інших факторів, які можуть впливати на ризик смертності клієнта. Цей процес зазвичай проводиться страховим агентом або підписником страхування, який має відповідну кваліфікацію та досвід у сфері страхування життя.

Для збору цієї інформації страховий агент може звернутися до медичних закладів, домашнього лікаря клієнта, запитати про його стиль життя та інші деталі, які можуть допомогти визначити рівень ризику.

Для ефективного управління процесом андерайтингу необхідно мати якісну та актуальну інформацію про потенційних клієнтів. Для цього страхові компанії можуть використовувати різноманітні джерела інформації, включаючи бази даних, інтернет-джерела, а також співпрацювати з медичними установами та іншими сторонами, які можуть надати необхідну інформацію [3].

Однак, необхідно звертати увагу на етичні аспекти збирання та використання інформації про клієнтів. Крім того, страхові компанії повинні забезпечувати відповідність своєї діяльності з міжнародними та місцевими законами та нормами.

Окрім того, страхові компанії повинні мати ефективну систему контролю якості процесу андерайтингу. Це може забезпечуватись за допомогою аудиторських перевірок, внутрішніх аналізів та звітів, а також навчання та підвищення кваліфікації співробітників, які займаються процесом андерайтингу.

Управління операціями андерайтингу має бути гнучким та адаптивним до змін у ринкових умовах та технологіях. Сучасні технології, такі як штучний інтелект та машинне навчання, можуть значно полегшити та прискорити процес андерайтингу, що дозволяє страховим компаніям більш ефективно використовувати свої ресурси та забезпечувати надійний захист для своїх клієнтів.

Після збору інформації, наступний етап полягає в аналізі даних та визначенні ризику страхування життя клієнта. Цей етап зазвичай проводиться за допомогою комп'ютерних програм, які враховують різні фактори, що можуть впливати на ризик смертності. Наприклад, комп'ютерні програми можуть враховувати вік клієнта, його стать, наявність хронічних захворювань, спосіб життя та інші фактори.

За результатами проведеного аналізу та визначення рівня ризику, представник страховика встановлює страховий тариф для клієнта. Тариф відображає ризик смертності клієнта та визначається на основі інформації, зібраної та досліджуваної в процесі андерайтингу. Чим вищий ризик смертності, тим вищий страховий тариф [4].

Процес управління також включає розробку та впровадження стратегій, які можуть зменшити ризик смертності клієнта та знизити страховий тариф. Наприклад, страхова компанія може запропонувати клієнту програму здорового способу життя або надавати додаткові послуги для підвищення рівня здоров'я.

Операції андерайтингу суттєво впливають на фінансовий стан страхової компанії. Тому страховики, які ефективно управляють процесом андерайтингу, будуть конкурентоспроможними на ринку та забезпечать надійний захист для своїх клієнтів.

Список використаних джерел

1. Водолазська О. В. Система управління андерайтингом у страхуванні : thesis. 2016. URL: <http://ir.stu.cn.ua/123456789/11573> (дата звернення: 31.03.2023).
2. Комадовська В. Класифікація у страхуванні життя. *Наука молода*. 2007. Вип. 8. С. 93–102.
3. Кулина Г. М. Сучасні тенденції розвитку страхування життя у світі. *Економічний аналіз*. 2014. Т. 15, № 2. С. 64–70.

4. Татаріна Т. Андерайтинг: сутність, функції та вплив на фінансові результати страховика. *Наукові інновації та передові технології*. 2022. № 11(13). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-11\(13\)-216-228](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2022-11(13)-216-228) (дата звернення: 01.04.2023).

УДК 369.041

НАПРЯМИ ТА ЗАСОБИ ОПТИМІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНОГО БЮДЖЕТНОГО ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

ТЕТЯНА КОРЯГІНА, ВІОЛЕТТА МЕТЛИЦЬКА

Університет митної справи та фінансів, Україна

Важливою умовою поліпшення рівня та якості життя населення будь-якої країни, у тому числі й України, яка за мету ставить побудову соціальноорієнтованої ринкової економіки, є наявність розвинутої соціальної сфери [1].

Однією з головних функцій держави є соціальне забезпечення населення. Це означає, що уряд повинен забезпечити доступ до необхідних соціальних послуг та підтримки для всіх громадян, які цього потребують. Однак, забезпечення соціальної підтримки вимагає значних фінансових витрат з бюджету, що може бути складним завданням для будь-якої держави. Особливо сьогодні, коли в Україні йде повномасштабна війна, кожного дня гинуть люди, зростає кількість людей, які потребують соціального забезпечення від держави.

Удосконалення системи соціального захисту та соціального забезпечення має супроводжуватися структурними змінами в бюджетно-податковій політиці країни, інституційним удосконаленням механізмів державного управління, підвищенням якісного рівня прогнозування соціально-економічного розвитку суспільства на середньострокову перспективу [2, с. 77-79].

На практиці у процесі планування бюджетного фінансування соціальної сфери в Україні пріоритетні напрямки державної політики та їх фінансування визначаються фінансовими можливостями. У результаті відбувається відхилення поточних витрат від стратегічних програм соціальної політики, спостерігається недовиконання видаткової частини бюджету, а недостатня якість соціальних послуг призводять до неповного та неякісного виконання в цілому функції держави у сфері соціального захисту населення. Більш того, в умовах нестабільності економіки втрачається зміст впровадження програмно-цільового методу бюджетування. Як наслідок, існує забагато програм, які не відповідають ні пріоритетам, ні ресурсним можливостям держави, програм, які визнано неефективними, а також відсутнє наступництво в частині завершення державних програм, що ставить під сумнів ефективність витрачання бюджетних коштів у минулі роки [3].

Механізм фінансування соціальної сфери України потребує перегляду на інституційному рівні його реалізації, на рівні його складу і структури. Важливим є

дотримання обраних і ухвалених стратегій у довгостроковому періоді з мінімальними тактичними відхиленнями, а також розширення джерел фінансування соціальних послуг [4].

У контексті цього доречно [4]:

- створити умови для інтеграції всіх видів соціальної підтримки в єдину комплексну систему;
- дотримуватися програмно-цільового методу бюджетного планування і фінансування соціальної сфери;
- забезпечити перехід від моделі фінансування установ до моделі фінансування послуг;
- запровадити практики соціального замовлення та механізми державно-приватного партнерства;
- розширити автономію органів місцевого самоврядування з надання соціальних послуг відповідно до принципів фінансової децентралізації;
- сприяти розвитку ринку соціальних послуг правовими та економічними інструментами тощо.

Для оптимізації та покращення ефективності бюджетного фінансування соціального забезпечення населення України можемо виділити такі напрями оптимізації ефективного бюджетного фінансування соціального забезпечення населення:

1. Проведення регулярних та систематизованих перевірок збоку держави. Для оптимізації процесів, уникнення зайвих витрат та забезпечення максимальної ефективності фінансування соціального забезпечення населення України, необхідно проводити систематизовану та регулярну перевірку.

2. Мінімізація шахрайства та зменшення бюрократичних процедур. Для цього потрібно підвищувати ефективність та вдосконалювати систему адміністрування соціального забезпечення.

3. Залучення приватного сектору. Через додаткові податки або створення добровільних соціальних програм, держава може залучати приватний сектор до фінансування соціального забезпечення населення.

4. Забезпечення прозорості та відповідальності. Держава повинна забезпечити прозорість та відповідальність у використанні бюджетних коштів для соціального забезпечення. Це може допомогти уникнути корупції та забезпечити максимальну ефективність використання фінансових ресурсів.

5. Важливо також враховувати роль та потреби різних категорій населення, таких як діти, люди похилого віку, інваліди, малозабезпечені верстви населення та інші. Для цього можна розробляти різні програми та заходи, спрямовані на підтримку тих, хто перебуває в складних життєвих обставинах.

В Україні вдосконалення фінансування системи соціального забезпечення є важливим елементом державної політики, адже в умовах складної фінансово-економічної та політичної ситуації стрімко знижуються рівень життя громадян, їх зайнятість, доступність суспільних благ. Також сьогодні для України, як і інших європейських країн, характерними є загострення демографічних чинників, збільшення людей пенсійного віку на тлі зниження кількості працездатних осіб.

При цьому в Україні значна частка населення працездатного віку офіційно не працює, що, відповідно, знижує загальну суму внесків до страхових фондів [1].

Отже, підвищення ефективності бюджетного фінансування соціального забезпечення населення України потребує системного підходу та впровадження комплексу заходів. Важливо забезпечити прозорість та відповідальність у використанні бюджетних коштів, залучати приватний сектор та громадські організації до реалізації соціальних програм, розвивати соціальну інфраструктуру та забезпечувати ефективне адміністрування системи соціального забезпечення. Ці заходи можуть допомогти забезпечити максимальну ефективність фінансування соціального забезпечення та підвищити рівень соціальної підтримки громадян в Україні. Крім того, необхідно постійно вдосконалювати стратегію розвитку соціального забезпечення, яка б враховувала всі сучасні виклики та потреби суспільства в майбутньому. Це допоможе забезпечити ефективність використання коштів бюджетів різних рівнів та підвищення ефективності соціального забезпечення громадян України.

Список використаних джерел

1. Осіпова Л.В., Грицик Н.В. Фінансування соціального забезпечення в умовах децентралізації. Вісник Класичного приватного університету. 2019. Випуск 2(13). С. 10-15.

2. Тищенко О.В. Досвід соціального забезпечення населення в провідних країнах Європейського союзу. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2015. Вип. 2. С. 76-81.

3. Ємельяненко Л., Москвіна В. Формування концептуальної моделі трансфертної політики в соціальній сфері України. Інноваційна економіка. 2019. № 5-6. С.34-40.

4. Мельник В., Чуркіна І., Ломачинська І. Особливості державного фінансування соціальної сфери в Україні. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. 2022. Том 21. Вип. 1 (50). 11 с.

UDC 338.439

INTERNATIONAL DETERMINANTS OF FOOD SECURITY

MARIJA DEHTIARENKO

Marie Skłodowska-Curie University, Poland

From the very beginning people sought to satisfy basic physiological needs, the main of which was and remains the provision of the body with the proper quantity and quality of food [10].

Sustainable development, which is the main priority in economic development, balances preserving biodiversity and providing the population with cheap and abundant food. The food sector is key to the country's security and is provided by the agro-food complex. One of the ways to ensure food independence is agricultural self-sufficiency. However, from an economic point of view, the feasibility of switching to agricultural self-sufficiency remains debatable.

Climate change is causing extreme weather events, including chronic droughts and floods, which are becoming a challenge for farming in particular. In the case of Turkey, a series of earthquakes became a force majeure event and a challenge to food security, and in Ukraine, the military aggression of the Russian Federation. Given the globalization of the world economy, events in some countries disrupt international food production and distribution chains, which can threaten the food security of other countries.

Our study analyses changes in the agro-food complexes countries in which extreme events took place, by comparing their scores in the Global Food Security Index. Besides, the impact of these events on these scores, the legislation of different countries related to food security and its relevance to these challenges. In addition, it examines the practices of non-governmental organizations in ensuring food security in the interim period, until adequate measures will be taken by the government.

Food independence is a state of balance in the food market, in which the national agro-food complex ensures, through domestic food production and state material reserves, an optimal nutrition structure and affordable access to basic food for the population.

The agro-food complex is a set of industries that ensure the production of agricultural and fishery products, their procurement, storage, processing, and sale. Food security is the ability of the state to meet the nutritional needs of the population at a level not lower than medically sound standards guaranteed by the availability of appropriate resources, the potential of domestic production, regardless of internal and external conditions (threats), the ability to ensure favourable demographic dynamics, preservation of the nation's gene pool, sustainable development, integration of the country into the global economic space, sovereignty, and independence.

In the Global Food Security Index (GFSI) in 2021, Turkey was ranked 48 (65.1), and Ukraine - 58 (score of 62.0). Poland - 22 (score 74.9). In 2022, Ukraine ranked 71st with a score of 57.9%. Turkey ranked 49th with a score of 65.3%, and Poland - was 21st (75.5%). It should be noted that the net change in the total score in 2022 compared to 2012 and before the war in Ukraine is 2.5%, and Ukraine's score is 2.1%, respectively [9].

Experts have noted that the war unleashed by Russia has significantly affected the state of food security in Ukraine. Ukraine received 48.1 points out of 100 in the Food Availability indicator and ranks 93rd in the world and 26th out of 26 European countries.

Emergency food security is a situation that requires overcoming the problems of insolvency and unsatisfactory provision of a significant part of the population with basic foodstuffs, disruption of the integral system of life support of society, and circumstances of food vulnerability of the domestic market and threats to food independence. In Ukraine and Turkey, there is an emergency food security situation.

In international law, food security is a part of human rights. The 1959 Declaration of the Rights of the Child states that "the child has the right to be adequately fed". Similarly, the 1974 Declaration on the Protection of Women and Children in Emergencies and Armed Conflict protects women and children in armed conflict or occupied territories and guarantees the protection of their right to adequate food.

Nevertheless, European Union law pays more attention to the quality of food than to the quantity. However, the risk of hunger in European countries is not unreasonable. In the US, the Global Food Security Act of 2016 was signed into law. The legislation codified the U.S. Government's commitment to the productivity, incomes, and livelihoods of small-scale producers, particularly women, by working across agricultural value chains and expanding farmers' access to local and international markets.

Article 48 of the Constitution of Ukraine provides for the right to an adequate standard of living, including adequate food, clothing, and housing [14]. The provisions of the Constitution of Ukraine are norms of direct effect. The laws of Ukraine and other legal acts can only develop constitutional norms, not change their content.

Emergencies require quick and decisive action. In Ukraine, on March 24, 2022, the Ukrainian Parliament adopted the Law 2145-IX "On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine on Creating Conditions for Ensuring Food Security under Martial Law"[5], which aims to quickly involve the country's agricultural land in agricultural production under martial law. Law 2145-IX concerns the provision of land plots for the appropriate designated purpose, land management, and registration of land rights. Thus, Law 2145-IX is focused on ensuring the immediate use of available agricultural land for food production. But it does not fully meet the requirements of the war to ensure food security. In particular, it does not provide for the creation of food banks and the provision of food for the frontline territories. At the same time, the provisions of this law may in some cases violate the interests of land owners and users.

Ukraine does not have a separate law on food security, but only the Law "On Basic Principles and Requirements for Food Safety and Quality" [7]. Back in 2011, the Ukrainian Parliament submitted a draft law "On the Fundamentals of Food Security of Ukraine", which has not yet been adopted. At the same time, the Law of Ukraine "On the Basics of National Security of Ukraine"[6] defines food security as one of the main directions of state policy on the national security of Ukraine, and the critical situation with food supply is defined as a threat to national interests and national security of Ukraine in the economic sphere. The Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine approved the Action Plan for ensuring food security during the war [5]. It should be noted that the plan is broader than Law 2145-IX, which was adopted in response to the food challenges of the war. The government's orders should not go beyond the law and replace the law.

The Constitution of the Republic of Poland does not directly protect the right to adequate food. However, this right is subject to protection and realization, as it is a component of other constitutional socio-economic rights, primarily the right to social security [11].

Poland also lacks a separate legislative act on food security. However, the ranking of the Republic of Poland in the Global Food Security Index shows that the lack of a legislative framework has not significantly affected the food security of the Republic of Poland.

Instead, Poland adopted the Law on Prevention of Food Waste [13]. This law mainly provides for the obligation of food sellers to agree with a non-governmental organization on the free transfer of food products that meet the requirements of food legislation. In other words, producers are forced to give to charity. The legislator has

broadly defined to whom the food is transferred from food sellers and has not defined the procedure for its distribution. The specified law does not provide for the formation of food banks and does not define the concept of a "food bank," but they exist based on this law, for example, the Food Bank in Wrocław.

As already mentioned, food security includes both quantity and quality requirements. The Republic of Poland adopted the Act of August 25, 2006, on food and nutrition safety [19]. At the same time, in the case of emergency food security, the quantitative indicator prevails over the qualitative one.

The link between the right to adequate food and the right to freedom from hunger is also worthy of attention. Freedom from hunger is the first step towards realizing the right to adequate food, which is often the last step. This situation is often the result of the lack of clear protection of the right to adequate food [11].

In the context of Ukraine, it is also interesting that the practice began to operate earlier than the law, in particular, in 2011, the Foodbank "KMBF Foodbank" was founded. In 2021, the Tarilka food bank was launched in Lviv, and 2022, in Kherson. That is, on the one hand, food banks operate without a legal basis, which cannot be assessed positively, given the lack of regulation of their activities and limits of responsibility; on the other hand, the fact of their creation and operation indicates a high level of civil society and consciousness.

Solving the problem of food security in crisis conditions requires an interdisciplinary approach: economic, legal, and social. Therefore, the main purpose of our study is to examine global legislation and practices on food security and to provide proposals to improve regulation. At the legislative level, it is advisable to differentiate between the concepts of "safety of food" and "food security". These two terms, even though similar in wording, have quite different meanings. At the national level, it is advisable to adopt a separate legislative act on food security, which will include provisions to ensure food independence in times of crisis.

References

1. "Do high food prices and droughts fuel conflict? Highlights from chapter 7 of the 2014-2015 Global Food Policy Report." International Food Policy Research Institute. March 2015.
2. "A Global Food Import Financing Facility [FIFF]: Responding to soaring food import costs and addressing the needs of the most exposed." UN Food and Agriculture Organisation. June 2022. <https://www.fao.org/3/cb9444en/cb9444en.pdf>.
3. "FAO Food Price Index." UN food and Agriculture Organisation. Accessed August 2022. <https://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/>.
4. "Too Many to Count: Factors Driving Fertilizer Prices Higher and Higher." American Farm Bureau Federation. December 2021. <https://www.fb.org/market-intel/toomany-to-count-factors-driving-fertilizer-prices-higher-and-higher>.
5. Розпорядження КМУ від 29 квітня 2022 р. № 327-р «Про затвердження плану заходів забезпечення продовольчої безпеки в умовах воєнного стану» Електронний ресурс, режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/964-15#Text>. Дата доступу 10.03.2023.

6. Закон України «Про національну безпеку України» Електронний ресурс, режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-planu-zahodiv-z-a327r>, Дата доступу 10.03.2023.

7. Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», Електронний ресурс режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80#Text>. Дата доступу 10.03.2023.

8. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо створення умов для забезпечення продовольчої безпеки в умовах воєнного стану» Електронний ресурс режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-20#Text>. Дата доступу 10.03.2023.

9. Глобальний індекс продовольчої безпеки. Електронний ресурс режим доступу: <https://impact.economist.com/sustainability/project/food-security-index>. Дата доступу 10.03.2023.

10. Franciszek Kapusta, Bezpieczeństwo żywnościowe Polski i jej mieszkańców w okresie przedakcesyjnym i po akcesji do Unii Europejskiej, *Ekonomia XXI Wieku Economics Of The 21st Century* 4, 2016.

11. Małgorzata Korzycka, Paweł Wojciechowski, *System Prawa Żywnościowego*, Warszawa, 2017.

12. Закон Республіки Польща про запобігання марнуванню харчових продуктів Електронний ресурс режим доступу <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20190001680>. Дата доступу 10.03.2023.

13. Закон України «Про основи національної безпеки України» Електронний ресурс режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/964-15#Text>. Дата доступу 10.03.2023.

14. Конституція України Електронний ресурс режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/Laws/show/254к/96-вр>. Дата доступу 10.03.2023.

15. Конституція Польської Республіки/ В.М. Шаповал – К.: Москаленко О.М., 2018. – 82 с.

16. Закон Республіки Польща з безпеки харчових продуктів та харчування Електронний ресурс режим доступу: <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20061711225/U/D20061225Lj.pdf>. Дата доступу 10.03.2023.

UDC 338

IMPORTANCE OF RAISING CONSCIOUSNESS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT ON A GLOBAL SCALE

YULIYA GURMAK, VLADYSLAVA SHUTKA

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas, Ukraine

«Education for sustainable development (ESD) is UNESCO's education sector response to the urgent and dramatic challenges the planet faces» [2]

Our world in 21st century changes constantly and very quickly. Through the centuries since ancient times human civilization has been taking everything for living from the nature, from water to minerals. Nowadays the issue of running out of the natural resources has arisen sharply. They need to be saved in order to simply give the next generations possibility to survive – and be able to live comfortably. Our society has come to the necessity of finding a kind of balance in every field. So we talk about sustainable development. What does it mean?

Its general definition sounds like «development that meets the needs of the present, without compromising the ability of future generations to meet their own needs» (Brundtland Report, 1987) [4]. It is about countries to become equal in their living standards, consumption of resources, technological progress, implementation of renewable resources of the energy and waste-free technologies, about providing high-quality medicine and education, gender equality, clean water, industry, innovation, peace... All of it would lead to overcome the poverty, to level off the countries in their development, to make the Earth more clear and safe place to live.

There are certain steps in order to reach these goals. Sustainable development is related to all of the fields of our activity. Providing renewable energy sources can't be possible without deep knowledge of biology and Physics and mathematics, as well as, for example, implementation of justice and social institutions requires qualified specialists. Any progress needs people and isn't possible without them whereas people need knowledge. And one of the most prior tasks is to raise awareness about such issues, to make society more conscious in this question. So education, based on the principals of sustainable development, is extremely important part of this project to be successful.

Education in general is definitely the key of the development of our society. It reveals people's possibilities, give them ability to gain knowledge and put it into practice. And education is crucial to reach the purposes of sustainable development. A lot of ecological catastrophes and issues have happened because of lack of knowledge and consciousness. So increasing awareness about ecology since the young age means a lot.

«Education for Sustainable Development covers the three pillars of sustainability – environmental, social and economic issues» [3]

First of all children should realize that they all are citizens of the Earth and are responsible for it. They have to understand that a lot depends on any little people and our acts must be directed on making the world better.

If we are talking about modern education, it has be firstly based on students' needs, it should reveal their potential, encourage the creativity. We are living in informational society and first of all it is important to teach children to use this information properly and make it advantageous. Future belongs to people who are able to study, master new skills, analyse data and make conclusions, who are pliable, determined and can overcome obstacles. So the aim of modern education is to form open-minded and comprehensively developed personalities.

The second important step is to explain to children that they are living in society between other people and all of them here are equal. We all are completely different, but we have similar needs, desire to be understood and respected, we have

defined goals and dreams. We all long for friendship, we all want to be successful in our fields. It's important to understand that differences between people should only unite them. And we should raise generations, tolerant and sympathetic to the needs of others, generations that would respect the rights, beliefs, lives of others. It would also result in their understanding of the importance of keeping the peace, defending society from a destruction.

The next purpose is to define clearly the current problem of saving natural resources. We must reduce our pressure on the environment. It is known that a lot of ecological catastrophes happen around the world. There is a list of different issues such as pollution of rivers, seas and oceans, greenhouse gas emissions, marine debris, oil spills, smogs, fires etc. Our task is not to let such things happen. And raising awareness about it can play a key role for people to start acting more carefully in relation to nature. We also know about the damage from, for example, plastic shopping bags, about rates of deforestation, scales of extraction of natural resources. All of it has a big impact on our lives. And students should understand why they have to replace plastic things, choose renewable energy sources and prevent extermination of biodiversity.

Children should also be willing to sustain technological progress, contribute to it. The modern society has reached a high level of development, and the next generations have to be able to use these achievements properly, to continue researches and gaining knowledge in order to improve the lives. So, high-level preparation and studying is needed for students to become qualified specialists in any field, from medicine to computer engineering.

Children should be also taught to make decisions, take responsibility, find solutions in different situations. It is important for them to be able to think critically, to understand the basis of psychology, to clearly realize their values.

It's important to notice that adapting education for the needs of sustainable development requires a complicated work and it is a complex task, where a plenty of details and specific features should be included. However, I believe it is quite possible. As Kofi Annan, the seventh Secretary-General of the United Nations, said in his speech in 2001 «Education is a human right with immense power to transform. On its foundation rest the cornerstones of freedom, democracy and sustainable human development» [1]

In conclusion, raising conscious generation is one of our main tasks in order to ensure compliance of sustainable development goals. Children represent the future and it is crucial to teach them the right approach and attitude to using our planet's wealth.

References

1. Annan, K. (2001). We the Peoples: The Role of the United Nations in the 21st Century. United Nations Publications.
2. Education for sustainable development. URL: <https://www.unesco.org/en/education-sustainable-development>
3. Environmental Sustainability. What we are doing Education for sustainable development. Education for sustainable development. URL: <https://le.ac.uk/social-impact/what-we-are-doing/education-for-sustainable-development>
4. World Commission on Environment and Development. (1987). Our common future. Oxford University Press.

СЕКЦІЯ 4. СТАЛІЙ РОЗВИТОК ОСВІТИ

UDC 851.31:17

EDUCATION AS KEY ELEMENT FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

YANINA LISUN¹, ALEKSANDER SAPIŃSKIMBA²

¹*State University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine*

²*Bielsko-Biala School of Finance and Law, Poland*

The attention of the international community is focused on the implementation of global imperatives - overcoming poverty and improving well-being. A key element of these changes is the concept of sustainable development [1-4].

Sustainable consumption centers on the use of goods and services that are produced with minimal environmental impact, using low-carbon and sustainable materials. Enabling technologies transform industrial and individual consumption to address environmental risks, including climate change there are 6 main patterns reflect enhancements in conscious consumption:

- Low carbon – minimizing greenhouse-gas (GHG) emissions over life cycle of production, use, and disposal;

- Waste conscious – minimizing waste through optimized consumption (eg, of water, plastic);

- Reduce, reuse, and recycle – reusing materials previously used in a product or created as a manufacturing by-product;

- Biobased – prioritizing materials intentionally made from substances derived from living (or once-living) organisms;

- Biodegradable – using materials that can be broken down into chemical constituents in ambient conditions (ie, landfill);

- Nontoxic – following processes that emit fewer chemicals and environmental pollutants during production and use [3].

Consumption types are industrial and individual

- Industrial: Industry (eg, mining, chemicals); Sustainable agriculture; Public and industrial transport; Commercial buildings;

- Individual: Residential buildings; Passenger transportation (eg, personal vehicles); Household consumption (eg, food).

Education is seen as the most effective way to implement a sustainable development agenda that expands access to opportunities, improves health and strengthens community resilience [1,2].

Education for Sustainable Development (ESD), which has been defined as:

- «Education for Sustainable Development allows every human being to acquire the knowledge, skills, attitudes and values necessary to shape a sustainable future» (UNESCO, 2014) [1].

- «ESD is essential for the achievement of a sustainable society and is therefore desirable at all levels of formal education and training, as well as in non-formal and informal learning» (Council of the European Union, 2010) [1].

Education provides the skills people need to thrive in the new sustainable economy, working in areas such as renewable energy, smart agriculture, forest rehabilitation, the design of resource-efficient cities, and sound management of healthy ecosystems. Financial incentives, targeted policies and technological innovation are needed to catalyze new ways of production and consumption are important, but strategically important is positive change in people's value systems [2].

Based on the results of an analytical study conducted by the McKinsey Technology Council, 2022, a number of advanced innovative technologies and investments have been identified: advanced connectivity – \$166 billion; applied AI – \$165 billion; cloud and edge computing) – \$136 billion; immersive-reality technologies – \$30 billion; industrializing machine learning – \$57 billion; next-generation software development – \$2 billion; quantum technologies – \$3 billion; trust architectures and digital identity – \$34 billion; Web3 – \$110 billion; bioengineering – \$77 billion; clean energy – \$257 billion; mobility – \$236 billion; sustainable consumption – \$109 billion; space technologies – \$12 billion [4].

The most important role of education in this case is the opportunity to cause fundamental changes in the thinking and behavior of people, in fulfilling their duties to each other and to the planet. The creation and implementation of effective educational programs also requires processes of continuous development in education, the use of modern learning technologies and digital technologies.

References

1. Education for Sustainable Development <https://www.plymouth.ac.uk/students-and-family/sustainability/sustainability-education/esd>
2. Why education is the key to sustainable development, May 19, 2015 <https://www.weforum.org/agenda/2015/05/>
3. McKinsey Technology Trends Outlook 2022 Future of sustainable consumption. – August 2022. <https://www.mckinsey.com>
4. Technology Trends Outlook 2022. McKinsey. August 24, 2022 Interactive <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/the-top-trends-in-tech>

УДК 378:62-22(477.75+477.74)

НАЛАГОДЖЕННЯ СПІВПРАЦІ НАЦІОНАЛЬНОГО ЛІСОТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ УКРАЇНИ З ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИМ НАЦІОНАЛЬНИМ ТЕХНІЧНИМ УНІВЕРСИТЕТОМ НАФТИ І ГАЗУ В РАМКАХ ПРОЄКТУ «ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

ЕВЕЛІНА КУЛЬЧИЦЬКА

Національний лісотехнічний університет України, Україна

Передумовою налагодження співпраці кафедри менеджменту та маркетингу Національного лісотехнічного університету України з кафедрою підприємництва та маркетингу Івано-Франківським національним технічним університетом нафти і газу став проєкт «Підприємницький університет», який реалізує Громадська

організація «Платформа інноваційного партнерства» (Стартап-інкубатор YEP - Youth Entrepreneurial Partnership, YEP™) спільно з Міністерством цифрової трансформації України, Дія. Бізнес, Міністерством освіти і науки України, Українським фондом стартапів, Genesis за підтримки Програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України». Головна мета проекту – розвиток підприємницької освіти та стартап руху в університетах України.

В рамках зазначеного проекту з вересня 2020 року нашими університетами впроваджено дисципліну «Інноваційне підприємництво та управління стартап проектами», в рамках якої студенти мають можливість:

- ознайомитись з особливостями стартап екосистеми та основними принципами формування команди для розвитку власного бізнесу,
- оволодіти інструментами дизайн мислення (емпатія, пошук проблеми, пошук ідей, прототипування, тестування),
- отримати практичні навички з побудови бізнес моделі Lean Canvas,
- сформулювати унікальну ціннісну пропозицію товару або послуги,
- освоїти інструменти для customer development (гіпотеза → експеримент → тест → інсайти),
- ознайомитись з основними етапами розвитку команди,
- навчитись створювати мінімальний життєздатний продукт (Minimum Viable Product, MVP) та оцінювати потенціал масштабування стартапу,
- отримати знання з основ маркетингу для стартапів,
- зрозуміти особливості функціонування венчурного ринку, можливості залучення інвестицій,
- навчитись правильно презентувати свої бізнес-ідеї.

Участь в проекті «Підприємницький університет» є цікавою і корисною для викладачів і студентів, оскільки дозволяє формувати спільноту людей, які прагнуть змін і готові до активних дій.

В рамках ініціативи «Підприємницький університет» передбачена також участь керівництва та викладачів закладів вищої освіти у програмах підвищення кваліфікації за підтримки експертів з США, Естонії, Ізраїлю та України.

Впродовж вересня-грудня 2022 року зав. кафедри підприємництва та маркетингу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу проф. Перезова І.В. та доценти кафедри менеджменту та маркетингу Національного лісотехнічного університету України Кульчицька Е.А. та Шведюк Ю.В. працювали в одній команді в рамках Програми підвищення кваліфікації Starter Academia, організованій Стартап-інкубатором YEP спільно з Університетом Тарту (Естонія). Курс «Teaching entrepreneurship at university» передбачав роботу над стартап-проектом, обмін знаннями та підприємницьким досвідом, ознайомлення з новими інструментами та сучасними підходами до ведення бізнесу, обговорення лекцій та участь в дискусіях з менторами, викладачами, засновниками успішних стартапів. Фінальний етап програми охоплював представлення спільного стартап-проекту на Demo Day у грудні 2022 року. Проф. Перезова І.В. та доценти Кульчицька Е.А. та Шведюк Ю.В. працювали в команді над розробкою маркетингової стратегії для стартапу

«Зооготель Lucky», де власники домашніх тварин під час своїх подорожів можуть залишити своїх домашніх улюбленців під наглядом професіоналів і через мобільний додаток спостерігати за ними 24/7. Зооготель забезпечує максимально комфортні та безпечні умови перебування домашніх улюбленців за межами рідного дому. Доступні також додаткові послуги: грумінг, зоотаксі, зоомагазин, послуги тренування. В зооготелі є також велика відгороджена територія для вигулу та великий ігровий майданчик в середині приміщення зооготеля. Стартап вже має перші результати та функціонує у Львові по вул. Стрийська, 202.

Для вдосконалення своїх професійних навичок представники зазначених університетів також мали можливість приймати участь у вебінарах в межах спільного проекту StarterNetwork стартап-інкубатора YEP та Тартуського університету, що реалізується за підтримки Естонського центру міжнародного розвитку та Міністерства освіти і науки України (березень-травень 2023 року):

- University and enterprise collaboration – challenges and best practice (06.03.2023).
- Science popularization and research communication (27.03.2023).
- Creating common platforms: university initiatives to enhance engagement with businesses (10.04.2023).
- Diversity in Entrepreneurship (18.04.2023).

На травень також заплановано експрес-курс для університетських стартапів.

В результаті плідної співпраці виникла ідея проведення спільних Demo Day для представлення стартапів студентів Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу та студентів Національного лісотехнічного університету України. Перший такий захід заплановано на червень 2023 року. Позитивної є тенденція збільшення кількості студентських стартапів, в яких акцентується увага на питаннях сталого розвитку.

УДК: 005.33:5: 95/96

РОЗВИТОК ТРАНСВЕРСАЛЬНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ЛІДЕРА ІННОВАЦІЙНОГО ВЗІРЦЯВ СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ «СЕНСО(С)ТВОРЕННЯ»

ІННА КНИШ, ВАЛЕНТИН КОСТЮК

ВНЗ «Національна академія управління», Україна

На початку ХХІ століття поширення інформаційно-комп'ютерних технологій спонукало до продукування, розповсюдження, накопичення й утилізації інформації, а також впровадження інновацій у всі сфери життєдіяльності людей, своєю чергою зумовивши розуміння суспільства як складного утворення нового типу – інноваційного [9]. Саме тому зараз провідними стають інвестиції в розширення людських можливостей і формування інтелектуального капіталу

суспільства – якісно нового «інноваційного анклаву» світу, в якому ключову роль має відігравати, на нашу думку, **лідер інноваційного взірця**.

Прикметами лідера в традиційних, доіндустріальних суспільствах були передусім харизма й вольові якості (повна переконаність у тому, що він говорить і думає, бачення перспективи, вміння захопити своїми ідеями інших, відданість своїй справі та ідеї, нестандартна поведінка, здатність «заряджати» інших своєю позитивною енергією тощо). Вочевидь нині, лідери суспільства виробників і споживачів товарів уже не мають адекватних викликам часу пропозицій і рішень, не можуть ідентифікувати розбіжності та проблеми, що виникають, унаслідок чого часто засвідчують надмірну амбітність, дратівливу самовпевненість і загрозливу неготовність діяти на випередження. Інформаційне суспільство потребує геть інших провідників, і їх підготовка пов'язана із цілою низкою проблем: вік більшості сучасних лідерів – 54 роки, найпродуктивніший, але відтак вони мають лише 10–15 років для того, щоб вийти на нові рубежі; визначальна роль лідера (варто замислитися про перерозподіл обов'язків); потреба готувати очільників різних рівнів («другого ешелону»), залежно від поставленої мети та можливостей її досягнення [6].

Унаслідок цього людина починає втрачати здатність мислити, перекладаючи це завдання на машини та ШІ. Відбувається її катастрофічне розбалансування зі світом, що зрештою призведе до втрати когнітивних здібностей, а отже, й спромоги відчувати, уявляти та сприймати довкілля цілісним.

Яскравою ознакою сучасності стало встановлення балансу між гуманітарним і технічним знанням. Про це свідчать і трансформативні зміни, що відбуваються в освіті, насамперед паритет гуманітарних і технічних дисциплін у закладах освіти. Отже, актуальність проблеми «фізиків і ліриків» [11; 13] зводиться нанівець (Віра Єфремова [7]). На цьому акцентує й Крістіан Мадсб'єрг. Виходячи з досвіду, отриманого впродовж роботи в таких потужних компаніях, як «Ford», «Adidas», «Chanel» та ін., він висновує, що люди починають підлягати алгоритмам. Виступаючи проти їхньої тиранії (особливо щодо Big Data й науковості), в праці «Створення сенсу / усвідомлення: сила гуманітарного мислення за доби алгоритмів» (Sensemaking: What Makes Human Intelligence Essential in the Age of the Algorithm) [12] Крістіан Мадсб'єрг виокремлює п'ять принципів sensemaking (надання сенсу в організаційній поведінці) через усвідомлення світу, якими мають керуватися фахівці з різних галузей знань для набуття якостей, притаманних лідерам: культура, а не індивіди; насичені, а не мізерні дані; саванна, а не зоопарк; творчість, а не конвеєрне штампування, провідна зоря, а не GPS.

Крістіан Мадсб'єрг уважає, що компанії втрачають зв'язок із гуманністю своїх клієнтів, залучаючи технічних фахівців і маргіналізуючи працівників із гуманітарними навичками. Розвінчуючи міф про те, що сучасні історії успіху породжені «кількісним» мисленням, на підставі фактів про інвестора Джорджа Сороса, архітектора Б'ярке Ингельса та ін. дослідник доводить, що вони постають на основі глибокої, тонкої взаємодії з культурою, мовою та історією. Власний метод Крістіан Мадсб'єрг позиціонує як «**сенсо(с)творення**», прагнучи наголосити на нагальній потребі захистити людський інтелект.

Близькою до концепції Крістіана Мадсб'єрга, як нам видається, є позиція Людмили Горбунової, яка вважає, що провідну роль має відігравати розвиток трансверсальних компетенцій лідера. Ідеться про «критичне мислення», «рефлексивне мислення», «обґрунтоване і ненасильницьке прийняття рішень», «комунікативні навички», «співробітництво». Серед комунікативних, інтер- та інтраперсональних навичок першорядної уваги потребують «робота в команді», «колегіальність», «здатність до компромісу», «емпатія», «самодисципліна», «самоповага», «вміння долати кризу», «управління емоціями та стресом». З огляду на необхідність набуття глобального громадянства варто зосередитися на набутті таких навичок і компетенцій, як-от: «глобальна обізнаність», «толерантність», «повага до навколишнього середовища», «повага до різноманітності», «інтеркультурне розуміння», «здатність залагоджувати конфлікти», «відкритість», «громадянська й політична згуртованість» тощо [2, с. 376–377]. Про це, зокрема, свідчать результати досліджень компанії XBI Insight [14] за участю п'яти тисяч керівників. Після їх опитування було виокремлено основні компетенції, властиві інноваційним лідерам: управління ризиками, зацікавленість, рішучість, постійне вдосконалення й розвиток, стратегічне планування, організованість і здатність до планування [10].

Усі згадані якості, на наше переконання, притаманні Єрохіну Сергію Аркадійовичу, ректору ВНЗ «Національна академія управління» (далі – Академія), сучасному лідерові інноваційного взірця, а саме.

1. Він охоче ризикує й експериментує, задля чого постійно створює й оновлює перелік ініціатив (бізнес-ідей і можливостей), ризиків і стратегічних альтернатив; змінює підходи й активізує свою діяльність; мінімізує час для аналізу конкретної ситуації; зважає позитивні та негативні аспекти отриманих результатів, що дозволяє запобігти «надплануванню» в колективі, тощо.

2. Зацікавленість і жага до знань спонукають його до самоосвіти, безперервного підвищення рівня компетентності, необхідного для ефективного керівництва закладом вищої освіти. На цьому шляху йому стають у пригоді моніторинг рівня знань, створення умов для вільного просування інноваційних ідей, постійна робота над помилками, корегування поведінкових моделей, курси підвищення кваліфікації тощо.

3. Проактивність, має гарні манери та користується авторитетом не тільки в Академії, але й серед колег-реktorів. Він здатен вчасно приймати рішення; виявляти альтернативи; передбачати й оцінювати ризики, знаходити способи їх уникнути; щиро висловлювати свої почуття, формулювати думки чітко й переконливо; гідно протистояти зовнішнім обставинам; бути наполегливим; прагнути до ситуації win-win (коли виграють обидва партнери); поважати опонентів; цінувати лідерські якості інших тощо.

4. Як лідер-новатор уміє вчасно помічати та використовувати можливості для досягнення мети. Прагнучи до особистої ефективності, він уміє швидко змінювати вектори діяльності задля вчасного й максимального використання нових можливостей, здійснює моніторинг невдач і проблем, визначає переваги й недоліки нових напрямів діяльності, адекватно оцінює потенціал своєї команди та розуміє, коли потрібно вдатися до аутсорсингу, тощо.

5. Стратегічне планування – одна з головних компетенцій, як інноваційного лідера, що передбачає глибоке розуміння провідних тенденцій розвитку цілої освітньої галузі та їхнього впливу на діяльність Академії. Набуваючи власного досвіду, він зважає на досвід інших компаній, задіяних у освітній галузі; задля набуття вмінь стратегічного бізнес-планування створює крос-функціональні комітети та / або бере в них участь; слідкує за динамікою SWOT-аналізу; мінімально акцентує увагу на ситуативних моментах діяльності, зосереджуючись на стратегічному потенціалі закладу; впроваджує аутсорсинг; аналізує й застосовує попередні моделі та стратегії, які довели свою ефективність; фокусується на потребах студентів і колег; організований і уважний до деталей; має блискучі організаторські здібності.

На підтвердження наведемо кілька інноваційних практик, успішно впроваджуваних за сприяння очільника ВНЗ «Національна академія управління»:

– залучення магістрантів до активної наукової співпраці в межах наукового семінару, розробленого за технологією foresightproject «Україна 2040». Метою проекту є моніторинг і вивчення світового досвіду трансформативних змін соціально-економічних практик різних країн, розробка відповідного сценарного прогнозування, а також їх адаптація й упровадження на етапі післявоєнного оновлення України [3; 4; 5];

– залучення викладачів і здобувачів освіти Академії до світової наукової спільноти, зокрема UGF – некомерційної ініціативи, що координується некомерційною благодійною організацією K.FUND і працює під патронатом Міністерства освіти і науки України за грантової підтримки Українського фонду стартапів. Метою цього проекту є надання українським фахівцям і студентам доступу до найсучасніших онлайн-лекцій і майстер-класів [15];

– організація регулярних зустрічей і відкритих лекцій за участю представників бізнесу, правників, колег із університетів-партнерів заради ознайомлення учасників освітнього процесу з передовим світовим досвідом у галузі бізнесу та юриспруденції [1].

Отже, ректор Академії, як лідер інноваційного взірця, ризикує й експериментує; безперервно підвищує свою компетентність завдяки самоосвіті; проактивний, має відповідні манери та користується авторитетом серед колег і здобувачів освіти; вчасно помічає та використовує можливості для досягнення своєї мети; володіє навичками стратегічного планування, а отже, набуває компетентностей, подібних до трансверсальних, методом «**сенсо(с)творення**».

За Кетрін Грехем-Левіс, очільник Академії, як лідер новатор використовує у своїй плідній діяльності такі поведінкові моделі керівництва:

– провідний / інноваційний стиль керівництва, обираючи йти в ногу із часом і торувати власний шлях, але разом із командою одностудентів, розвиваючи креативність і творчість, упроваджуючи нові підходи та продукти, насамперед в освітній галузі (наприклад, STEAM-освіту [8]);

– застосовує впливовий стиль керівництва, розвиває власні інноваційні практики завдяки здатності й умінню переконувати та спонукати інших прийняти новаторський спосіб мислення чи дослухатися до інноваційних думок своїх підлеглих;

– уникає підтримувального й спостережного стилів керівництва, адже, як і Кетрін Грехем-Левіс, уважає, що вони не сприяють інноваційності, трансляванню власних ідей, а натомість потребують підтримки ззовні. Нині ж, з огляду на війну на тлі пандемії коронавірусу, це неможливо, тому що весь потенціал України працює на перемогу.

Лідер з інноваційним типом мислення, не ігнорує ризики, а вмiє їх контролювати, не зациклюється на проблемах, а віддає перевагу інноваційним практикам, постійно підвищує свій фаховий рівень, передусім у практичних кейсах, надихає енергійністю й самовіддачею, вмiючи вчасно підтримати колегу, не боїться бути наполегливим, самостійним, люб'язним, вихованим і допитливим.

Отже, в інформаційному суспільствi має відбутися кардинальне переосмислення прiоритетiв i якостей лiдера. Тут провiдна роль, на нашу думку, належатиме розвитку його трансверсальних компетенцiй на пiдставi глибокої, тонкої взаємодiї з культурою, мовою й iсторiєю, тобто шляхом «сенсо(с)творення». Визначальними особистiсними якостями новочасного лiдера мають бути iнтелект, умiння прораховувати ситуацiю, а на вищому рiвнi – не стiльки розпоряджатися, скiльки домовлятися, вмiння працювати в командi, рефлексивнiсть, вiдповiдальнiсть за власний вибiр, комунiкабельнiсть, мобiльнiсть тощо.

Список використаних джерел:

1. ВНЗ «Національна академія управління». URL : <https://nam.kiev.ua/>
2. Горбунова Л. С. Філософія трансформативної освіти для дорослих : університетські стратегії і практики : монографія. Суми : Університетська книга, 2015. 710 с.
3. Гринь Т. В., Костюк В. Р. Державне регулювання національної економіки за умов європейської інтеграції. *Актуальні проблеми економіки*. 2020 № 11. С. 18–27.
4. Єрохін С. А., Штулер І. Ю. Методичні підходи до оцінювання людського потенціалу нації. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 3. С. 4–10.
5. Єрохін С. А., Штань М. В., Павлов В. В. Людський капітал в системі джерел розвитку національної економіки на інноваційних засадах. *Актуальні проблеми економіки*. 2021. № 4 (238). С. 80–89.
6. Книш І. В. Вплив номадичних практик на формування особистісних якостей лідера. *Матеріали VII Всеукр. наук.-практ. конф. «Актуальні питання теорії та практики психолого-педагогічної підготовки фахівців в умовах сучасного освітнього простору»*, (Харків, 23 квітня 2021 року). Харків : ХДАФК, 2021. С. 133–137.
7. Королюк О. Чому гуманітаріїв і технарів не існує, і як філологині стати фізикинею: інтерв'ю з нейробіологинею Вірою Єфремовою. URL : <https://platform.man.gov.ua/media/0f4a3583-c6b5-45ab-a0f4-c49095f3338c>
8. Круглий стіл «STEAM-ОСВІТА: від теорії до практики». 24 березня 2023 року. URL : https://iod.gov.ua/ua/naukovi-zahodi/plan-zahodiv/40_krugliy-stil-steam-osvita-vid-teorii-do-praktiki
9. Штулер І. Ю., Книш І. В. Компетентності та якості лідера: трансформація та порівняльна характеристика. *Актуальні проблеми економіки*. 2022. № 10–11. С. 105–115.

10. Graham-Leviss K. The 5 Skills That Innovative Leaders Have in Common. *Harvard Business Review*. 2016. December 20. URL : <https://hbr.org/2016/12/the-5-skills-that-innovative-leaders-have-in-common>
11. Knysh I. V. Upgrade of cybernetics in the context of developing creativity. *Creativity Studies*, 2020, 13(2): 494–509.
12. Madsbjerg C. Sensemaking: What Makes Human Intelligence Essential in the Age of the Algorithm. New York : Little, Brown Book Group Limited, 2019. 240 p.
13. Snow C. P. The Two Cultures and the Scientific Revolution. New York : Cambridge University Press, 1961. 58 p. URL : https://sciencepolicy.colorado.edu/students/envs_5110/snow_1959.pdf
14. Two powerful platforms unlimited potential. URL : <https://www.xbinsight.com/>
15. Ukraine Global Faculty. URL : <https://ugf.academy/about-us/>

УДК 159.942.5-057.875

**ДІАГНОСТИКА РІВНЯ ТА КОРЕКЦІЯ ТРИВОЖНОСТІ СТУДЕНТІВ
ПСИХОЛОГІВ У ПРОЦЕСІ АДАПТАЦІЇ
ВІКТОРІЯ НАЗАРЕВИЧ, АМІНА БУДУСЬ**

ПЗВО «Київський міжнародний університет», Україна

Почнемо з того, що адаптація студентів-психологів – це процес пристосування до нового середовища, який є як фізичною, так і психологічною адаптацією. Фізична адаптація пов'язана з навчанням у новому просторі, знайомством з студентами та викладачами, зі сформованим графіком і розпорядком дня. Психологічна адаптація пов'язана зі змінами в житті студента, підвищенням попиту на нього як майбутнього фахівця, зі стресом, який може виникнути у зв'язку зі змінами [2-4].

Однією з особливостей процесу адаптації студентів-психологів є те, що перед ними стоїть складне завдання – вивчення та розуміння психологічних теорій і концепцій. Це може бути важким завданням для багатьох студентів, оскільки вони мають досить високі вимоги до своїх знань і навичок. Також студенти-психологи стикаються зі стресом, пов'язаним з можливістю взаємодії з усіма людьми, а також труднощами, які можуть виникнути в процесі виконання практичних завдань [2-4].

З метою визначення тривожності студентів було проведено експериментальне дослідження, учасниками якого стали студенти жіночої та чоловічої статі. Вибірку становило 34 респонденти, при опитуванні студентів використовувалися принципи анонімності та гендерної рівності, саме опитування було проведено онлайн за допомогою гугл форми.

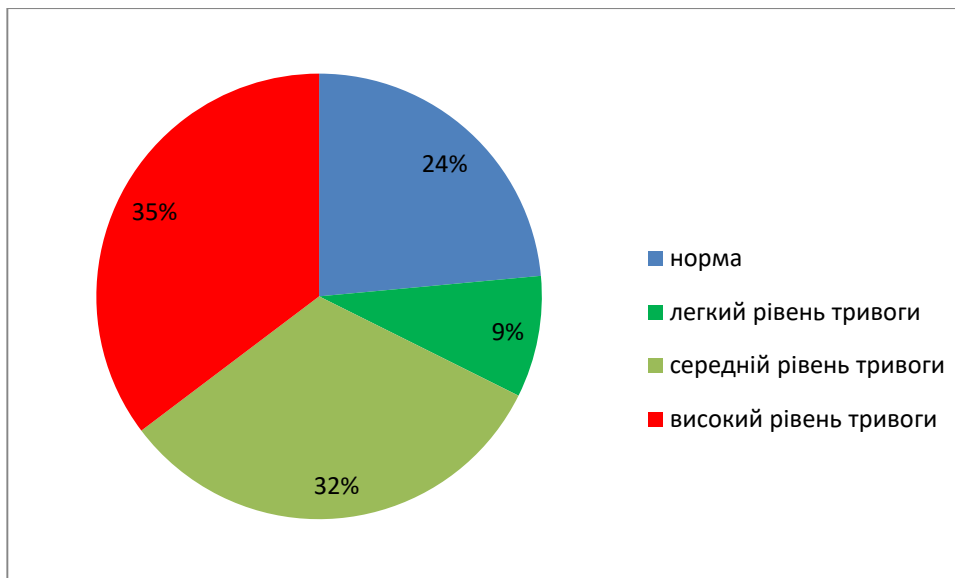


Рисунок 1 Результати визначення рівня тривожності у студентів за шкалою Бека

Тест на визначення рівня тривоги за шкалою Бека - є одним із найбільш розширених тестів для визначення рівня тривоги у психічному здоров'ї людини. Принцип тестування відбувається у запитаннях, відповідаючи на 21 запитання, що стосуються різних аспектів тривоги. Кількісні показники відображено на рис 1.

За результатами визначення рівня тривоги за шкалою Бека було зафіксовано, що 35% респондентів мають дуже високий рівень тривожності, 32 % респондентів мають середній рівень тривожності, легкий рівень мають 9% респондентів, а низький рівень (в межах норми) тривожності мають 24%.

Що може спровокувати тривогу?

Причиною до появи тривожного стану можуть стати будь-які події:

- ✓ Генетичні фактори можуть впливати на рівень тривоги людини.
- ✓ Може бути схильність до тривожності.
- ✓ Якщо людина самотня, є проблеми на роботі, в особистому житті тощо.
- ✓ У житті багато конфліктних ситуацій і людина з патологічним рівнем тривоги завжди багато концентрується на собі: «Це сама Я щось зробила(в) неправильно»
- ✓ Ситуації, які стаються з нами вперше. Наприклад, пандемія коронавірусної хвороби з якою ми всі зіткнулися. Відбувається так званий «фоновий стан тривоги», коли не знаєш, що тебе чекає завтра.
- ✓ Стиль життя має вплив на рівень тривожності. Ми можемо провокувати тривожний стан навіть коли читаємо стрічку новин.
- ✓ Розбалансоване життя: немає постійної роботи, стосунків, змінюються цілі, немає дострокових бажань тощо.
- ✓ Коли людина знаходиться постійно онлайн, тобто в соціальних мережах: читає тривожні новини та пости, приміряючи деякі ситуації на себе [1].

Для зниження рівня тривожності у психологів можна використовувати різноманітні методи. Одним з найефективніших методів є практикування

медитації та йоги. Ці методи допомагають знизити рівень стресу та тривожності, підвищують рівень самосвідомості та концентрації, а також поліпшують фізичне здоров'я.

Іншим методом є психотерапія, яка допомагає психологам зрозуміти та здолати основні причини їхньої тривожності. Це може бути корисним не лише для зниження рівня тривожності, але й для поліпшення їхньої професійної роботи та підвищення рівня самовизначення.

Додатковим методом зниження тривожності може бути здійснення регулярних піших прогулянок та інші види фізичної активності, такі як біг, йога, плавання або танці. Вправи та рухові практики сприяють зниженню рівня стресу та тривожності, поліпшенню настрою та самопочуття, а також підвищенню рівня енергії та витривалості, результати комплексного підходу зниження загальної тривожності відображено в таблиці 1.

Таблиця 1

Розподілекспериментальноїгрупизарівнемзагальної тривожності

До розвивальної програми		
	Кількість осіб	%
Високий	12	35,0
Середній	11	32,0
Легкий	3	09,0
Норма	8	24,0
Після розвивальної програми		
Рівень тривожності	Кількість осіб	%
Високий	5	14,7
Середній	11	32,4
Легкий	8	23,5
Норма	10	29,4

Проведення розвивальної програми допомогло знизити рівень тривожності високого на 20,3 %, легкого на 14.5% та збільшити кількість людей з нормальним рівнем тривожності на 5.4%. Середній рівень тривожності залишився незмінним.

Хоча кількість людей з високим рівнем тривожності зменшилась, з 11 до 5 осіб, що може свідчити про глибину проблеми, тому необхідно проводити індивідуальну терапію чи бесіду.

Проведення розвивальної програми допомогло знизити рівень тривожності високого на 20,3 %, легкого на 14.5% та збільшити кількість людей з нормальним рівнем тривожності на 5.4%. Середній рівень тривожності залишився незмінним. Хоча кількість людей з високим рівнем тривожності зменшилась, з 11 до 5 осіб, що може свідчити про глибину проблеми, тому необхідно проводити індивідуальну терапію чи бесіду.

Отже, можна сказати, що розвивальна програма допомогла покращити рівень тривожності, але не в повному обсязі для всіх категорій людей. Наступним

кроком може стати вдосконалення програми з урахуванням результатів дослідження.

Список використаних джерел

1. Тьомкіна, Ю. В. Діагностика та корекція тривожності студентів-першокурсників у процесі адаптації. 2021. С. 90.
2. Назаревич В. В. Профілактика остракізму в освітньому середовищі шляхом формування національної ідентичності. ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ПІДГОТОВКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ФАХІВЦЯ ЯК ВЕКТОР ОСВІТНІХ ПАРАДИГМ : Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (29-30 вересня 2022 року, м. Тернопіль) / За заг. ред. Б. Б. Буяка, В. М. Чайки, М. О. Орап. Тернопіль : Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, 2022. С. 177.
3. Молчанова А.О. Толерантність як ціннісна основа професійної діяльності педагога: посібник. Київ: Інститут педагогічної освіти і освіти дорослих НАПН України, 2013. 188 с.
4. Завацька Н.Є. Соціокультурні та психологічні аспекти адаптації особистості в сучасному соціумі: монографія. Луганськ: Вид-во Східноукраїнського національного університету імені В. Даля, 2012. 320 с.

UDC 658.012:331.107.266.2

GDP AND EDUCATION DEVELOPMENT: A MATHEMATICAL MODEL

IRINA LEBEDEVA, SOFIIA BERZUKH

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine

We live in era, named “Post-industrial era”. Unlike the industrial era, which was the era of global technological, economic and social transformations caused by the industrial revolution, the modern era is the era of knowledge. Today, knowledge determines the level of development of the country not only at the moment of time, but it is also capable of securing a decent future for future generations. Knowledge becomes the key to sustainable development. So, education is an essential component of any country's development. This paper examines the impact of a certain country's GDP on its spending on education.

Statistical data from various EU countries for 2020 were taken for the study (Table 1). Under the construction of the paired regression model, the country's GDP per person was considered as the independent external variable (X), and the state deductions on education as a percentage of GDP per person was considered as the dependent internal variable (Y).

Table 1

Input data for construction of the paired linear regression

Country	Education costs ¹ (Y), % of GDP	GDP ² (X), current international \$	Country	Education costs ¹ (Y), % of GDP	GDP ² (X), current international \$

Austria	5.1	59,537.5	Italy	4.6	46,373.5
Belgium	6.7	59,372.9	Latvia	6.0	34,258.0
Bulgaria	4.0	28,106.0	Lithuania	4.8	43,185.0
Croatia	5.5	34,535.0	Luxembourg	5.0	133,329.8
Cyprus	6.1	44,393.8	Malta	5.9	48,894.3
Czechia	5.1	45,707.5	Netherlands	5.3	63,741.7
Denmark	6.4	64,672.2	Poland	5.2	38,125.2
Estonia	6.6	42,381.0	Portugal	5.0	36,038.0
Finland	5.9	55,203.3	Romania	3.7	36,100.7
France	5.5	50,996.4	Slovak Republic	4.6	33,418.5
Germany	4.7	58,276.0	Slovenia	5.8	43,804.8
Greece	4.4	31,485.9	Spain	4.6	40,591.8
Hungary	4.8	36,765.0	Sweden	7.2	59,222.6
Ireland	3.1	105,355.2	United Kingdom	5.5	50,809.6

1) Data from [1]; 2) Data from [2]

To determine the type of approximation function based on the data in Table 1, a graph of the dependence of state expenditures on education on GDP per capita was constructed (Fig. 1).

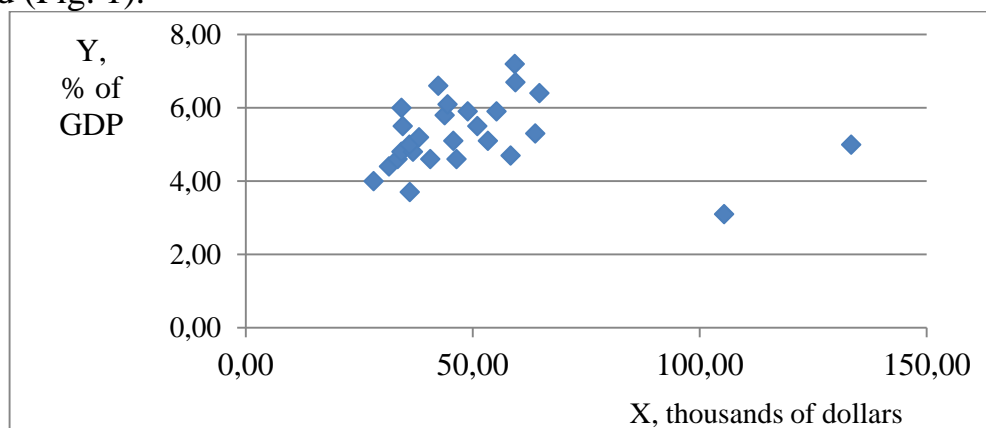


Fig. 1. State deductions for education depending on GDP for EU countries

A preliminary analysis of the data (Fig. 1) showed that the pointers of Ireland and Luxembourg do not correspond to the general regularity. These countries have the highest GDP per capita and, at the same time, low state deductions for education (which does not fit into the 3 sigma interval). Therefore, these countries were excluded from further consideration. Based on the location of all other empirical points, it can be assumed that the approximation function is linear.

The construction of the paired linear regression model was carried out using the MS Excel software environment with the use of built-in functions and add-ons. Using the built-in function LINEST (), we determine the parameters of the model (Table 2).

Table 2

The results of applying the LINEST () function

$b_1 = 0.045$	$b_0 = 3.32$
$\sigma_{b1} = 0.014$	$\sigma_{b0} = 0.627$
$R^2 = 0.314$	$\sigma_e = 0.72$
$F = 10.99$	$df_e = 24$
$SSR = 5.72$	$SSE = 12.49$

According to Table 2, the calculated value of the endogenous factor is described by the following regression equation:

$$Y = 3.32 + 0.045 \cdot X \quad (1)$$

The quality check of the model was carried out according to the standard methodology used in econometric studies [3]. Checking the significance of each of the parameters of the model using the Student's test showed that both parameters of the model are significant at the significance level of $\alpha = 0.05$. Therefore, there is a positive correlation between the factors under consideration, and based on the value of the correlation coefficient ($r = \sqrt{R^2} = 0.56$), it is tight. And the verification of the significance of the model as a whole according to Fisher's criterion confirmed its adequacy at the significance level of $\alpha = 0.05$. So, we obtained an econometric model according to which the level of the country's GDP per capita positively affects the amount of public spending on education, as evidenced by the positive value of the regression coefficient. The presence of a free term in equation (1), which is significant according to the Student's criterion, means that the states of the EU countries allocate funds for education at least at a certain level. On average, this level is 3.32% of GDP per capita. By the way, in Ireland, in which the level of GDP per capita is the second in Europe (after Luxembourg) and is \$105,355.2, only 3.1% of GDP is allocated to education (see Table 1).

It should be noted that although the proposed econometric model adequately describes the impact of GDP on the morale of the population on state spending on education, the coefficient of determination for this model is not very high and is only $R^2 = 0.314$. Thus, according to equation (1), the variability of state deductions for education is explained by the value GDP per capita by 31.4%. And the remaining 68.6% of the variance is caused by factors that are not taken into account in this model. Migration can be considered such an unaccounted for factor. In the context of globalization, the level of education of donor countries affects the average level of

education in the country that is the acceptor. In this regard, it is interesting to compare the data characterizing the economic situation in the EU countries with the data for other countries of the world and, above all, for those countries that have a high level of GDP, which is ensured by the development of innovative technologies. Among the countries that, according to the results of the Global Innovation Index 2022 measurement published by the World Intellectual Property Organization [3], occupy the first steps of the rating, the largest deductions for education are made by Sweden (3rd place in the rating) – 7.2% of GDP and Israel (ranked 15th) – 7.1% of GDP. Whereas in countries such as Singapore (7th place in the ranking), which, by the way, has the largest GDP per capita of these countries (\$116,486.5), state deductions for education are only 2.8% of GDP. Unfortunately, Ukraine does not belong to the countries with a high level of application of innovative technologies. According to the GII 2022 comprehensive indicator, Ukraine took 57th place among 132 countries. However, in terms of the level of state deductions for education, it is not inferior to EU member countries. These deductions amount to 5.4% of GDP, while GDP per capita is \$14,219.8.

The conducted studies allow us to conclude that there is a direct correlation between the well-being of the country and the funds that the state invests in ensuring the level of education of the population, which creates conditions for the sustainable development of the economy.

References

1. The World Bank. Government expenditure on education, total (% of GDP). – URL: <https://data.worldbank.org/indicator/SE.XPD.TOTL.GD.ZS>
2. The World Bank. GDP per capita, PPP (current international \$). – URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD>
3. Dougherty C. Introduction to Econometrics, fifth edition. – United Kingdom. Oxford University Press. 2016.
4. WIPO. Global Innovation Index 2022. What is the Future of Innovation-driven Growth? – URL: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2022-en-main-report-global-innovation-index-2022-15th-edition.pdf>

УДК 851.31:17

ОСВІТНІ ЗМІНИ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ЛЕСЯ ВЕРБОВСЬКА, НАЗАР ГАМУЛЯК

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Сучасний стан змін в освітніх процесах відбувається циклічно-спірално. Сьогодні в закладах вищої освіти (ЗВО) відбуваються нові історичні, економічні, культурні, соціально-психологічні та інші зміни, які визначають рівень розвитку університету та рівень змін освітніх процесів в ньому. На кожному етапі розвитку освіти, який визначається тенденціями соціально-економічного розвитку країни, з'являються нові умови, можливості та потреби. Проблеми розвитку освіти не має (і мабуть не може мати) остаточного рішення [1].

Становлення та розвиток ЗВО в Україні в період з 2010 по 2020 роки відбувалася швидкими темпами, адже до складу ЗВО почали включали заклади I-II рівнів акредитації. Проаналізуємо становлення та розвиток ЗВО за період з 2010 по 2022 роки, та кількість осіб в ЗВО, відповідно до статистичних даних [2]. Згідно статистичних даних в 2021 році кількість ЗВО стрімко зменшилося з 515 до 386 одиниць. Такий стрімкий спад кількості ЗВО, на наш погляд, спричинило, ряд факторів, а саме: світова пандемія; слабкий рівень діджиталізації та цифровізації бізнес-процесів ЗВО в умовах зовнішніх змін; акредитація освітніх програм, тощо.

Таблиця 1

Заклади вищої освіти (на початок навчального року)

	Кількість ЗВО, од	Кількість осіб у ЗВО, тис.
	університети, академії, інститути	університети, академії, інститути
2010/11	349	2129,8
2011/12	345	1954,8
2012/13	334	1824,9
2013/14	325	1723,7
2014/15^{1*}	277	1438,0
2015/16¹	288	1375,2
2016/17¹	287	1369,4
2017/18¹	289	1330,0
2018/19¹	282	1322,3
2019/20¹	281	1266,1
2020/21	515	1142
2021/22	386	1047

¹Без окупованих територій. Джерело: сформовано авторами на основі [2]

На основі таблиці 1 покажемо графічну залежність існування ЗВО від кількості студентів (споживачів освітніх послуг), (рис. 1).

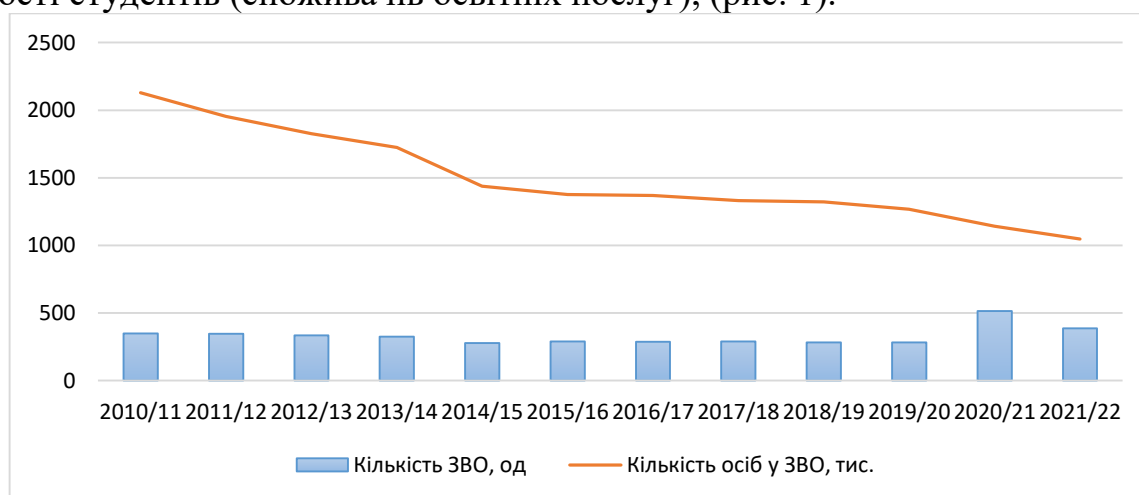


Рис. 1 Кількість університетів по відношенню до кількості осіб в університетах

З рисунка 1 побачимо динаміку кількості ЗВО до числа кількості студентів (споживачів освітніх послуг). Дані з рисунка 1, свідчать, що кількість ЗВО зростає, тоді як кількість студентів (споживачів освітніх послуг) зменшується.

Таке зменшення кількості абітурієнтів свідчить про, те що зменшується попит на багато спеціальностей та освітніх програм, які пропонуються в українських ЗВО, майбутні абітурієнти не бажають складати незалежне оцінювання своїх знань, значна кількість абітурієнтів віддає перевагу закордонним університетам, де відсутні вступні фахові іспити, представлено достатній перелік/каталог цікавих освітніх програм, відповідні умови проживання, можливість подорожувати, навчатися за міжнародними програмами обмінів (студентська мобільність), вивчати дисципліни іноземними мовами.

У Стратегії, яка втілила європейський та світовий досвід, зазначено [3]: «Освіта є не лише засадничим правом людини, але також передумовою досягнення сталого розвитку.

Змінюються критерії розвитку, загострюється проблема управління розвитком ЗВО та/і застосування відповідних моделей управління навчальним закладом. Сучасні зміни в зовнішньому середовищі значно швидші за темп змін в управлінні багатьох ЗВО, адже значна частина науково-методичного забезпечення, а саме, інтелектуальні продукти (авторські курси, тренінги, інноваційні технології і методики, розроблені стратегічні плани і програми розвитку), які є важливими для досягнення цілей Сталого розвитку та реалізації Стратегії розвитку ЗВО, і досі залишається на досить низькому рівні.

Список використаних джерел

1 Сучасні світові й вітчизняні моделі управління розвитком освітніх систем. <https://lib.iitta.gov.ua/9226/1/%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D1%80%D1%8C%D1%8D%D0%B2%D0%B0%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B1%D1%8B%D0%B1%D1%8B%D0%BB%D1%8B%D0%BE%D1%82.pdf>

2 Офіційна сторінка Державної служби статистики України. <https://ukrstat.gov.ua/>(розділ Освіта)

3 Соловій І. П., Геник Я. В., Соловій В. І. Управління професійним навчальним закладом на засадах сталого розвитку. Навчально- методичний посібник. Івано-Франківськ, «Лілея-НВ», 2014. 224 .
http://umo.edu.ua/images/content/depozitar/navichki_pracevlasht/stal_uprav.pdf

УДК 33

ПОПИТ НА ОСВІТУ ВПРОДОВЖ ЖИТТЯ В РАМКАХ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛІ СТАЛОГО № 4 . «ЯКІСНА ОСВІТА»: ПОСТПАНДЕМІЧНИЙ АСПЕКТ

КАТЕРИНА ОНОПРИЄНКО, ЮРІЙ ПЕТРУШЕНКО

Сумський державний університет, Україна

На сьогоднішній день освіта дорослих є актуальним питанням в рамках цілей сталого розвитку, а точніше цілі номер 4. Попит на навчання дорослих активно формується та підвищується за останні роки. Самостійно обираючи освіту, дорослі можуть самостійно нею займатися.

Економічна криза під час та після пандемії COVID19 та уповільнення зростання економіки, з якими зіткнулася Європа, високий рівень безробіття серед молоді, зажадав від європейських політиків розгорнутих інвестицій у розвиток компетенцій дорослих. Сьогодні людські ресурси – це важлива складова економічного розвитку.

Розглядаючи досвід європейських країн, варто брати до уваги досвід країн-членів “Великої двадцятки” (G20), адже в умовах глобалізації та збільшення проблем у сфері міжнародних економічних відносин на самітах G20 все більше уваги приділяється питанням освіти дорослих. Саме це питання суттєво почало впливати на розвиток економічної системи світу.

Хоча держави юридично не зобов’язані досягати Цілей Сталого Розвитку, можливості, які відкриває виконання програми є привабливими для того, щоб її виконувати. Наприклад, відкриття ринків на понад \$12 трильйонів та створення понад 380 мільйонів робочих місць до 2030 року [1].

Втім, зважаючи на те, що у разі досягнення цілей покращиться наше життя, це справа не лише державних органів, але й усіх нас. Кожен може зробити свій внесок, і зокрема бізнес, адже це - можливість відкривати нові ринки та розвиватися у різних напрямках.

Розглянемо, з яких аспектів складається глобальна ціль сталого розвитку №4 «Якісна освіта»: забезпечити інклюзивну та справедливу якісну освіту та сприяти можливостям навчання протягом усього життя для всіх. Ціль включає такі аспекти, як: до 2030 року суттєво збільшити кількість молоді та дорослих, які мають відповідні навички, включаючи технічні та професійні навички, для працевлаштування, гідної роботи та підприємницької діяльності. Забезпечити, щоб уся молодь і значна частка дорослих, як чоловіків, так і жінок, досягли грамотності [1].

В ході дослідження нами був проведено опитування по темі розвитку дорослих. Було проанкетовано 97 співробітників міжнародної фірми Порше Україна у віці 23-56 років. За віковою структурою респондентів видно, що в компанії переважала вікова категорія від 23 до 35 років (60% респондентів). Друга за чисельністю вибірка респондентів – вікова категорія від 36 до 45 років – 30%. Решта респондентів (10%) були старші 45 років

З опитування можна зробити висновок, що більший попит на освіту протягом життя мають люди до 40 років. Так само працівники мають намір підвищити свою кваліфікацію і пройти додаткове навчання лише в тому випадку, якщо їм виявиться фінансова підтримка. Разом з тим майже 35 % респондентів готові інвестувати власні грошові кошти у своє подальше освіту.

Аналіз даних в контексті кількості коштів, які працівники різних професійних категорій припускають витратити на своє навчання, показав, що чим вищий статус та дохід співробітника, тим більшу суму він може самостійно вкласти у проходження освітніх програм.

З одного боку, це пов'язано з формами навчання, що віддають перевагу: чим більш високу професійну щабель займає працівник, тим складніші і комплексні, а отже і фінансово-витратні програми він вибирає. Крім того, чим вище становище співробітника у професійній ієрархії, тим більше різномірних навичок йому

потрібно у зв'язку з посадою, і тим більше коштів він готовий самотійно витратити.

Також кількість грошей, які працівники могли б витратити на здобуття додаткової освіти, пропорційна їхній середній місячній заробітній платі.

На цьому моменті ми зупинили свою увагу. Було зроблено вибірку даних по країнам Європи за двома показниками: середня заробітна плата та відсоток дорослих, що беруть участь в освіті. Було виявлено такий результат- чим більше середня заробітна плата, тим більше людей в країні бере участь в освіті дорослих (Рис.1)

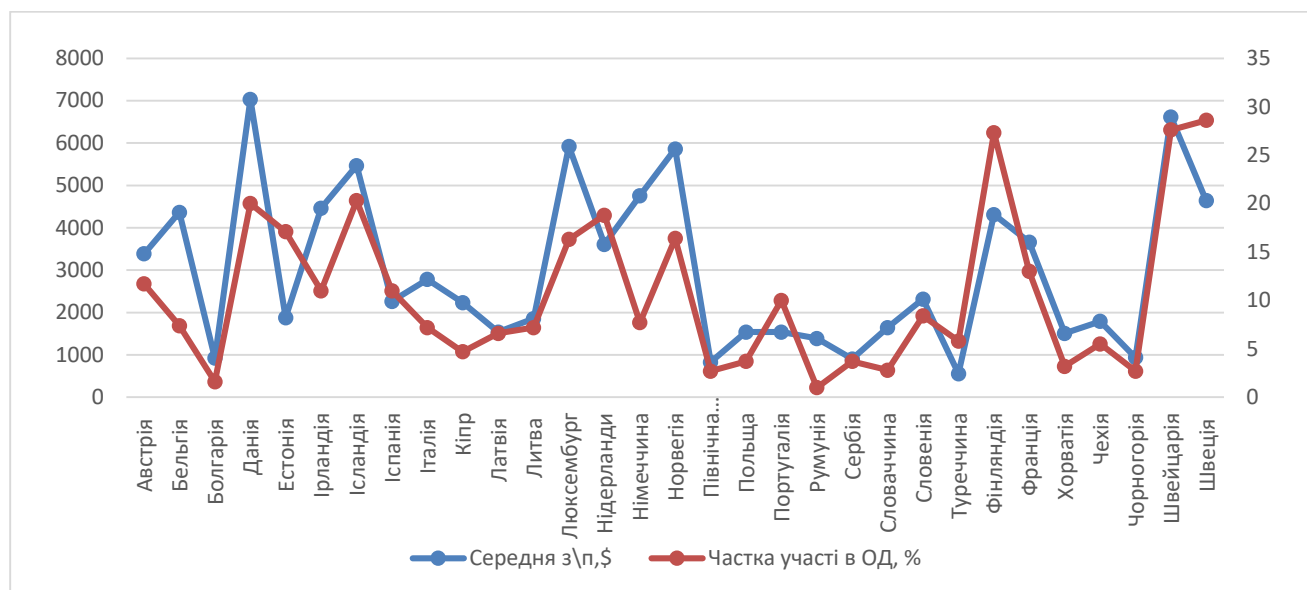


Рисунок 1 Варіації середньої зарплати та частки участі людей в освіті дорослих за країнами [4].

Також було виявлено, що в період після пандемії Covid19, тобто 2021 і початок 2022, тенденція участі дорослих в освіті пішла вгору. Це обумовлено двома головними факторами-перехід освіти в онлайн, і у зв'язку з цим навчання дорослих цифровим навичкам.

Однак, варто зазначити, що важко оцінити в грошовому еквіваленті, чи достатньо інвестується у освіту дорослих, тому що не тільки гроші, які інвестуються, важливі. Ще один яскравий показник зацікавленості у навчанні та розвитку – це час [2]. Говорячи про організацію процесу освіти дорослих, час, який витрачає організація, є дуже дорогоцінним ресурсом, який компанія могла б використовувати для багатьох інших завдань, таких як надання послуг/продаж продукції або залучення нових клієнтів. На додаток витрати роботодавця на утримання робочої сили характеризують не вартість робочої сили, а суму коштів, в яку обходиться організації працівник [3].

Тобто, до витрат на робочу силу мають належати не лише витрати, які мають безпосереднє відношення до людини, а і витрати, що спрямовані на збільшення її здатності до праці, підвищення продуктивності за допомогою професійної кваліфікації, мотивації праці, навчання та розвитку.

Наприклад підприємство Порше Україна витратило у 2021 році в середньому 35,1 години на співробітника, щоб допомогти йому розвинути компетенції необхідні в умовах нової стратегії .

Пандемія COVID-19 вплинула практично на всі сфери життя. Більш того, вона призвела до глобального збою у функціонуванні освітніх систем по всьому світу. За оцінками ЮНЕСКО, близько 78% студентів не відвідувало університети, близько 56% підприємств внаслідок пандемії перейшли на онлайн роботу, і як наслідок - онлайн навчання [4].

Під впливом пандемії Covid19 постала гостра потреба і як наслідок високий попит на навчання дорослих онлайн, а також навчання їх цифровим навичкам. Відтак, в інвестиціях в освіту дорослих вбачається подальша економічна стратегія розвитку системи освіти дорослих. Тому що час, у якому ми сьогодні живемо, можна охарактеризувати як період змін і прогресу, особливо у сферах розвитку сучасних інформаційних технологій і розвитку супутніх освітніх послуг на основі цих технологій.

Список використаних джерел

1. Борен, Е. (2019) Розуміння цілі сталого розвитку № 4 щодо якісної освіти з мікро-, мезо- та макроперспектив. *Inter Education* 65, с. 277–294. <https://doi.org/10.1007/s11159-019-09772-7>
2. Локі, Б. (2021). Онлайн-освіта в епоху після COVID. *Nature Electronics*, 4(1), с. 5-6.
3. Нойвірт, Л., Йович, С., і Мукерджі, Б. Р. (2021). Переосмислення вищої освіти під час і після COVID-19: виклики та можливості. *Журнал освіти дорослих і безперервної освіти*, 27(2), с. 141-156.
4. Онопрієнко, К. (2022). Сучасні тренди інтернет-маркетингу у сфері освіти дорослих. *Світове господарство і міжнародні економічні відносини*, с. 181-185.

*Дослідження виконано в рамках гранту Міністерства освіти і науки України «Моделювання освітніх трансформацій у воєнний час для збереження інтелектуального капіталу та інноваційного потенціалу України» (реєстр. № 0123U100114).

УДК 005:37

ПІДРОЗДІЛ ДЛЯ АДМІНІСТРУВАННЯ ДФЗО В УНІВЕРСИТЕТІ: ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОБОТИ

ІРИНА ПЕРЕВОЗОВА, ОЛЬГА НАЗАРЕНКО, ХРИСТИНА КРУПА

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

При прийнятті рішення ЗВО про впровадження дуальної форми здобуття освіти на основі досліджень ринку праці та визначення переліку освітніх програм, для яких навчання за дуальною формою є доцільним виконується досить великий обсяг аналітичної роботи. Рекомендуємо сформувати центри відповідальності за організацію таких процесів. Краще, щоб таким центром став окремий

спеціалізований структурний підрозділ - структурна одиниця, що відповідатиме за координацію навчання за дуальною формою здобуття освіти. Зокрема, в Івано-Франківському національному технічному університеті нафти і газу для координації роботи зі здобувачами та стейкхолдерами в процесі реалізації навчання за дуальною формою здобуття освіти створено Координаційний центр дуальної освіти (КЦДО), в Поліському національному університеті – Навчально-науковий центр дуальної освіти (ННЦ ДО).

Доцільно, щоб в організаційній структурі ЗВО такі Центри підпорядковувались безпосередньо ректору, а координував роботу Центру перший проректор /проректор по навчальній роботі університету.

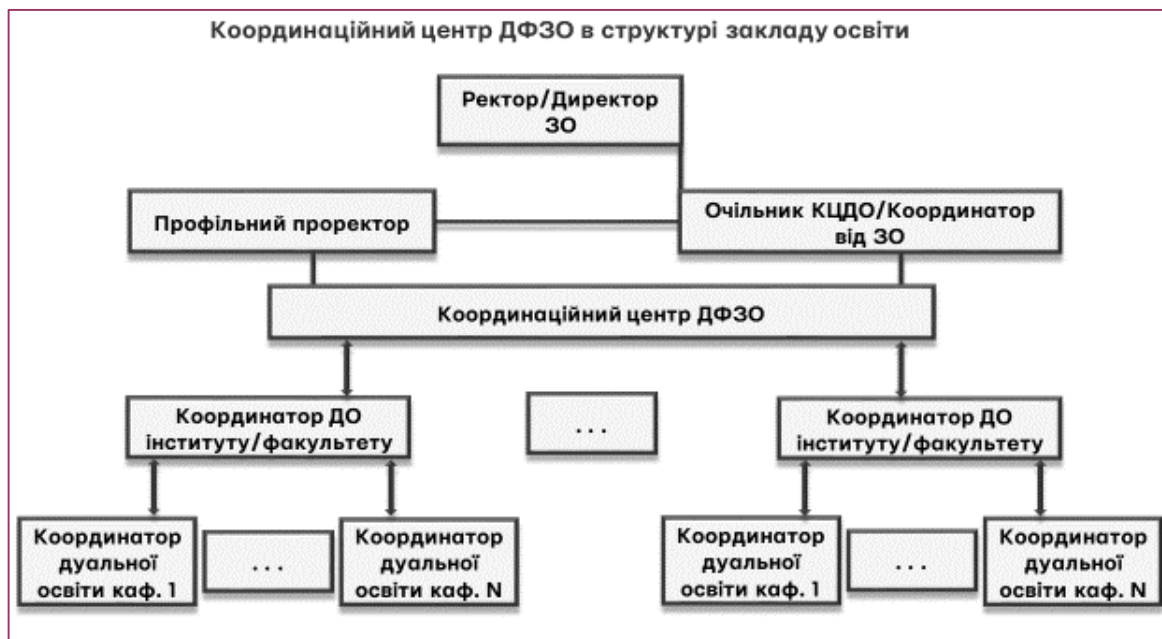


Рисунок 1 Ієрархія взаємозв'язків Координаційного центру дуальної освіти в структурі Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Джерело: розроблено Іриною Перезовою

Такий структурний підрозділ створюється, реорганізується, ліквідується наказом ректора ЗВО за рішенням Вченої ради ЗВО. Порядок організації діяльності Центру, визначення мети його діяльності, завдань, структури та функцій, порядок взаємодії з іншими підрозділами університету, відповідальності, визначення правил для відбору студентів, які навчатимуться за дуальною формою здобуття освіти тощо має визначатись відповідним Положенням про такий структурний підрозділ.

До організації роботи структурного підрозділу, що координує дуальну освіту в ЗВО, розробки супровідної документації, залучаються директори інститутів/декани, завідувачі кафедр, працівники, які координують організацію дуальної освіти в межах конкретних інститутів/факультетів, кафедр, можуть залучатися співробітники юридичної служби; відділу інформації та зв'язків з громадськістю; приймальної комісії; відділу маркетингу; планово-фінансового

відділу; бухгалтерії; представники студентського парламенту тощо. Спектр орієнтовних завдань структурного підрозділу ЗВО, що відповідає за координацію дуальної форми здобуття освіти:

- участь в процесі впровадження та реалізації моделі дуальної освіти в регіоні;
- забезпечення потреб регіону в кваліфікованих кадрах на основі реалізації моделі дуального навчання із залученням державно-приватного партнерства;
- участь у проведенні профорієнтаційної роботи, спрямованої на осмислений вибір майбутніми студентами професій і спеціальностей, найбільш перспективних з точки зору розвитку регіону;
- укладання договорів з підприємствами-роботодавцями про фінансування освітніх програм і участь в регіональних програмах сприяння зайнятості населення;
- розробка, апробація і модернізація освітніх програм, приведення структури, змісту і технологій реалізації освітніх програм у відповідність до вимог роботодавців, професійних стандартів та прогнозом соціально-економічного розвитку регіону;
- впровадження механізмів професійно-громадської акредитації освітніх програм з прямою участю роботодавців або їх об'єднань;
- формування вимог до навчально-методичного забезпечення освітніх програм, що реалізуються на основі моделі дуальної освіти;
- організація підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників та наставників від підприємств, які беруть участь в реалізації моделі дуального навчання;
- організація та проведення конференцій, вебінарів, симпозіумів, семінарів, воркшопів, круглих столів щодо дуальної освіти тощо.

Зміст і регламент роботи структурного підрозділу визначають: Положення про організацію дуального навчання в ЗВО, освітні та професійні стандарти, ОП, навчальні плани університету, плани роботи, індивідуальні навчальні плани здобувачів, затверджений графік освітнього процесу, договори університету з підприємствами-роботодавцями, органами влади та місцевого самоврядування тощо.

Загальною функцією такого підрозділу є узагальнення та поширення досвіду дуального навчання в системі вищої освіти. Перелік інших функцій є наступним:

- моніторинг кадрових потреб в регіоні і регіональних програм з питань праці та зайнятості населення, пошук підприємств-роботодавців, планування обсягів і структури підготовки кадрів за освітніми програмами, орієнтованими на роботодавця;
- здійснення отримання замовлень від підприємств-роботодавців на підготовку кадрів, укладення договорів про співпрацю між університетом та підприємствами-роботодавцями з описом умов і порядку фінансування та здійснення освітньої діяльності в рамках договору, з визначенням порядку розподілу між обома сторонами виконуваних ними обов'язків при реалізації освітньої програми (або її частини), переліку ресурсів, які будуть

використовуватися кожною в ході виконання договору, організації академічної мобільності студента;

- здійснення координування проектування освітніх програм, обговорення спільно підприємствами, що проводять співробітництво з університетом умов її реалізації, розподіл зон відповідальності за реалізацію окремих елементів програми, за розробку навчального плану, календарного навчального графіку, методичного забезпечення програми; доведення інформації до відома студентів;

- забезпечення якісної підготовки студентів та сприяння їх максимальної адаптації до умов здійснення безпосередньої реалізації діяльності на підприємстві (в установі, організації, фірмі, у ФОП);

- здійснення контролю порядку використання матеріально-технічної та виробничої бази для провадження дуального навчання;

- визначення спільно з підприємствами-роботодавцями тематики курсових і випускних кваліфікаційних робіт, пов'язаних з технологічними та виробничими процесами підприємства-роботодавця;

- здійснення контролю за станом підготовки засобів та процедур проміжної атестації та підсумкової державної атестації спільно з представниками підприємства-роботодавця (керівництвом, наставниками і т.п.)

- сприяння розвитку системи незалежної оцінки якості освіти з прямою участю роботодавців або їх об'єднань.

Для здійснення функцій та виконання завдань працівники підрозділу повинні мати право:

- брати участь в розробці та актуалізації локальних нормативних актів з питань організації та здійснення освітньої діяльності за адаптивними освітніми програмами, порядку навчання за індивідуальним навчальним планом, проведення поточного контролю успішності, проміжної атестації, державної підсумкової атестації, режиму занять студентів та ін.;

- вносити на розгляд керівництва університету пропозиції, спрямовані на підвищення якості дуального освіти;

- представляти університет в сторонніх організаціях з питань, віднесених до компетенції підрозділу, а також самостійно вести переписку з таких питань;

- отримувати взаємодію та в повному обсязі інформацію із структурних підрозділів університету, звертатися в організації роботодавців та органи влади та місцевого самоврядування за інформацією, необхідною для реалізації завдань і функцій підрозділу;

- ініціювати і брати участь в нарадах з питань дуальної освіти, давати роз'яснення, рекомендації, пропозиції та висновки з питань, віднесених до компетенції підрозділу;

- вільно поширювати інформацію, що стосується діяльності підрозділу;

- встановлювати і розвивати зв'язки з підприємствами (установами, організаціями, ФОП) з метою співпраці та проведення спільних заходів;

- проводити круглі столи, науково-практичні конференції, спільні комплексні навчання тощо;

- направляти учасників підрозділу на підвищення кваліфікації, стажування тощо;

- підтримувати міжнародні зв'язки та контакти;
- підписувати угоди про співпрацю;
- використовувати для вирішення завдань, віднесених до компетенції підрозділу, надані в його розпорядження ресурси, навчальні приміщення університету згідно з розкладом занять, обладнання, яке придбане для діяльності підрозділу;

- здійснювати іншу діяльність в межах чинного законодавства.

Обов'язки підрозділу вбачаються в наступному:

- дотримуватися чинного законодавства України та Положення про діяльність структурного підрозділу ЗВО щодо координування роботи в сфері дуальної освіти;

- підтримувати і стимулювати поширення досвіду дуального навчання в системі вищої освіти.

Загальне керівництво підрозділом, планування та контроль здійснюється його керівником, який призначається наказом ректора за поданням першого проректора/проректора з навчальної діяльності. Він виступає в ролі Координатора дуальної освіти всього ЗВО.

Чисельний склад підрозділу встановлюється штатним розписом за поданням керівника та затверджується наказом ректора. Загальну чисельність доцільно визначати в залежності від інтенсивності завантаженості/кількості здобувачів вищої освіти за дуальною формою її здобуття. Може бути використана розрахункова формула чисельності методично-допоміжного персоналу структурного підрозділу ЗВО щодо ДФЗО:

$$N = Nmn + Nm$$

де

N – чисельність працівників структурного підрозділу щодо ДФЗО;

Nmn – чисельність технічних працівників з розрахунку 1 (одна) ставка на структурний підрозділ (за наявності працюючих науково-інноваційних лабораторій додається по 1 (одній) ставці на кожну таку лабораторію);

Nm – чисельність методистів, яка визначена за таблицею 1 на основі обсягу годин навчальних робіт за індивідуальними навчальними планами здобувачів за ДФЗО (таблиця 1) з додатковим врахуванням відсотка від кількості суб'єктів господарювання (таблиця 2):

Таблиця 1

Прозиції щодо розрахунку чисельності технічних працівників підрозділу

Ставка	Години навчальних робіт за індивідуальними навчальними планами здобувачів за ДФЗО
1 ставка	0- 21600 годин
2 ставки	21601 - 43200 годин
3 ставки	43201 - 64800 годин
4 ставки	648001 - 86400 годин
	І т.д.

Прозиції щодо розрахунку чисельності методистів підрозділу

+ % до ставки	Кількість суб'єктів господарювання
10	0-20
20	21-40
30	41-60
40	61-80
50	81-100

Мінімальна штатна чисельність становить 3 особи, а саме:

1. Керівник/ Координатор дуальної освіти ЗВО – 1 особа;
2. Методист – 1 особа;
3. Технічний працівник – 1 особа.

Працівники такого підрозділу призначаються на посади та звільняються з посад наказом ректора ЗВО у встановленому законодавством порядку.

Функціонування підрозділу забезпечується його членами з залученням викладачів, здобувачів вищої освіти, в разі потреби – іншими особами на умовах сумісництва чи шляхом укладання цивільно-правових договорів.

УДК 3741**ОСВІТА ДОРΟΣЛИХ ЯК ПРОЦЕС РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА****ОЛЕНА ВАРАКСІНА, ВІКТОРІЯ ШУЛЬГА***Полтавський державний аграрний університет, Україна*

Сучасний світ вимагає від суспільства нового підходу до організації виробництва, нового підходу до управління ризиками організації, нового підходу до мотивації персоналу, нового підходу до системи менеджменту господарюючого суб'єкту, що ставить людину перед новою вимогою – навчання впродовж життя.

Як зауважує Л. Лук'янова: «кожна людина має право навчатися у будь-якому періоді свого життя», а участь в освітніх програмах формальної, а передусім неформальної освіти, сприйняття ролі інформальної (самоосвіти) освіти робить життя людини більш осмисленим, підвищує рівень її самооцінки та якість світосприйняття [1, с. 27].

А отже, освіта дорослих набуває все більшої значущості та актуальності, адже саме постійне вдосконалення існуючих навичок працівника, підвищення його кваліфікації, набуття нових знань та компетентностей – це той невеликий спектр складових освіти дорослих, який сприяє розвитку потенціалу та творчості особистості, виявленню її креативних якостей (рис. 1).

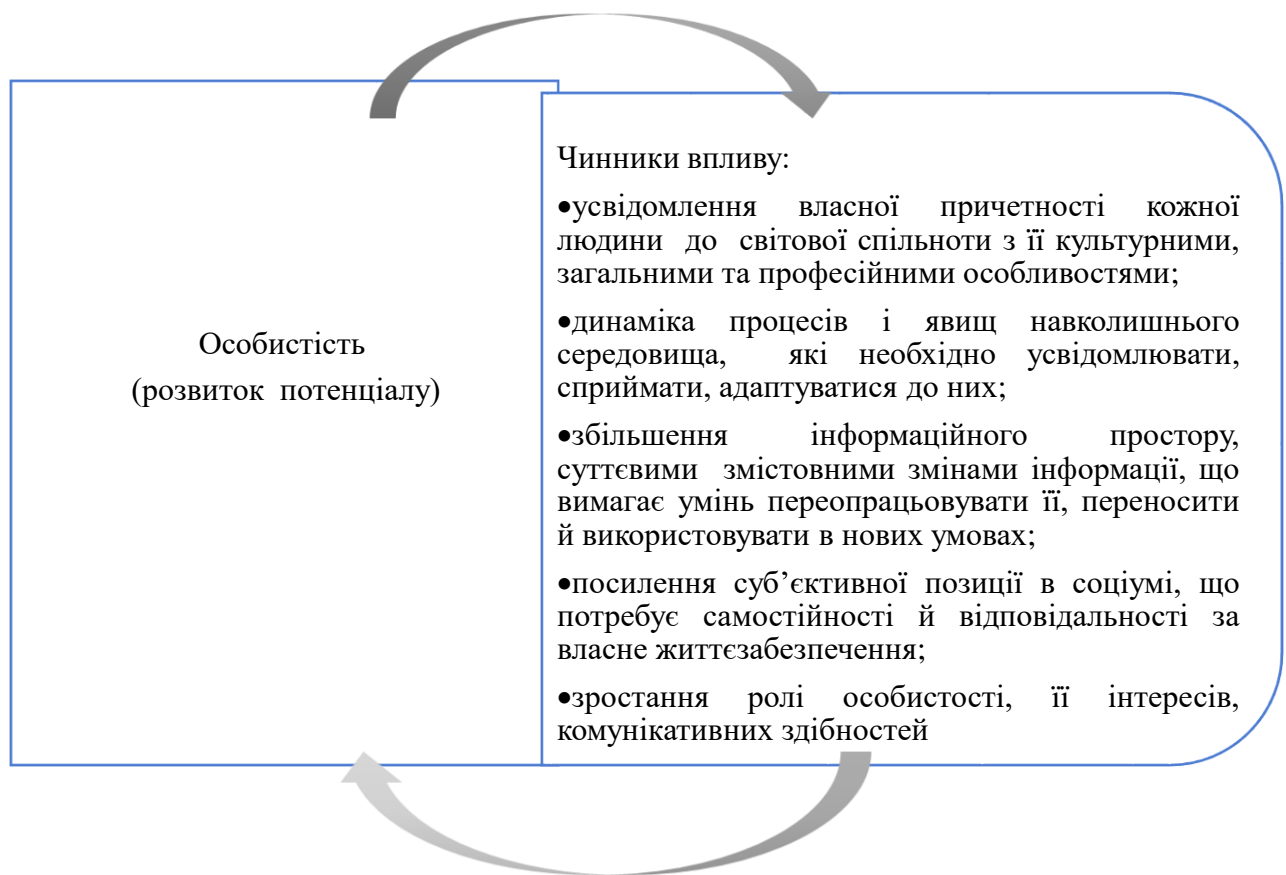


Рисунок 1 Ключові чинники позитивного впливу освіти дорослих на розвиток особистості

Джерело: [1, с. 33]

У міжнародному звіті «Неперервна освіта і навчання» підготовленому Eurypdice визначається, що освіта дорослих – це загальна або професійна освіта, яку здобувають дорослі після первинної освіти чи навчання з професійною та/чи особистою метою, яка спрямована на:

- забезпечення загальної освіти дорослих за темами, що їх цікавлять;
- забезпечення компенсаторного навчання з базових навичок, яких особи не набули раніше під час свого первинного навчання (читання, вміння працювати з цифрами);
- надання доступу до тих кваліфікацій, яких особи не здобули із різних причин під час первинного навчання чи освіти;
- набуття покращання, удосконалення знань, навичок та компетентностей у специфічній галузі, що є неперервною освітою та навчанням [2, с. 150].

На думку дослідника [3], нова модель освіти дорослих має передбачати сенс дорослих в системі освіти не тільки як апіорно універсального суб'єкта з необмеженими здатностями, але й урахувати кризи психічного, соціокультурного розвитку людини, яка відчуває та усвідомлює певні спади, що перешкоджають її освіті й розвитку. Адже через реальну соціокультурну ситуацію доросла людина на відміну від дитини, перебуває у несприятливих умовах (професійна зайнятість, соціальна відповідальність, перенавантаження, низький

рівень винагороди за роботу, постійна стресогенність), що створює необхідність збереження фізичного, психічного і соціального здоров'я дорослої людини.

Нова модель освіти дорослих має також передбачати адекватні й варіативні умови для участі у процесах неперервної освіти, набуття нових загальних і професійних знань, цінностей і компетентностей, які сприятимуть універсалізації дорослої людини в сучасних соціокультурних умовах, а також формуванню світоглядних прагнень, активізації її участі у розвитку інститутів суспільства [3, с. 23].

Систематичні проблеми, такі як війна, пандемії різного характеру, природні катаклізми вимагають більш креативного підходу до набуття професійних знань, умінь, компетентностей. Проте реалізація проекту віртуального університету є досить вдалою ідеєю для сучасного освітнього середовища.

Пошук оптимальної моделі віртуального університету, разом із необхідністю вписати її у загальний контекст соціальної та політичної структури певного регіону чи освітнього простору також є складним і неоднозначним питанням [4, с. 43].

Науковці [5], наголошують, що викладачі, які забезпечують підготовку здобувачів освіти у віртуальних університетах потребують спеціалізованого підвищення кваліфікації, зокрема щодо застосування цифрових технологій, спеціалізованого програмного забезпечення та з метою вибору оптимальних моделей навчання дорослих:

1) модель «Flex» (основна частина навчальної програми засвоюється за допомогою електронного навчання, викладач здійснює дистанційний супровід студентів);

2) модель «Online Lab» (вся навчальна програма опановується в умовах електронного навчання у спеціально обладнаних комп'ютерною технікою аудиторіях, у супроводі викладача);

3) модель «Self-blend» (здобувачі освіти самостійно обирають та вивчають додаткові курси, які пропонують інші заклади освіти та освітні платформи);

4) модель «Online Driver» (основна частина навчальної програми вивчається студентами за допомогою електронних ресурсів; аудиторна робота з викладачем має періодичний характер) [5, с. 142].

Як зауважує науковиця [3], система освіти дорослих є об'єктивним процесом, що сприяє розвитку громадянського суспільства. Шлях суспільної модернізації, який обрала Україна, передбачає пошук і інтенсивне залучення нових ресурсів, зокрема такого, як безперервна освіта дорослих [3, с. 66].

Отже, нинішні реалії нашого суспільства вказують на важливості розвитку освіти дорослих як важливого чинника зростання конкурентоспроможності не тільки окремо взятої людини, але суспільства в цілому, адже сучасний фахівець має бути креативним інноватором не тільки виробничих процесів, але й свого неоціненного життя.

Список використаних джерел

1. Лук'янова, Л. Освіта дорослих: сучасні стратегії і практики в Україні та зарубіжжі : монографія. Ін-т пед. освіти і освіти дорослих ім. Івана Зязюна НАПН України. Київ : Юрка Любченка, 2020. 340 с.

2. European Commission/EACEA/Eurydice. Adult Education and Training in Europe: Widening Access to Learning Opportunities: Eurydice Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union. URL: https://www.academia.edu/28640198/European_Commission_EACEA_Eurydice_2015_Adult_Education_and_Training_in_Europe_Widening_Access_to_Learning_Opportunities_Eurydice_Report_Luxembourg_Publications_Office_of_the_European_Union (дата звернення 18.04.2023).

3. Лук'янова Л. Б. Розвиток освіти дорослих: сучасні реалії, тенденції і перспективи. *Концептуальні засади розвитку освіти дорослих: світовий досвід, українські реалії і перспективи* : зб. наук. статей. Київ : Знання України, 2018. С. 21–31..

4. Свириденко, Д., Кивлюк, В. Віртуальний університет: освіта як стиль життя. *Освітній дискурс: збірник наукових праць*. № 28 (11). С. 38-50.

5. Большаніна, С., Диченко, Т., Чайченко, Н. Застосування платформи МІХ для організації змішаного навчання загальної хімії здобувачів інженерних спеціальностей на платформі МІХ електронного ресурсу Сумського державного університету. *Інформаційні технології і засоби навчання*. № 1(75), 138-152.

УДК 377/378:37.01:316.42(477)

ПРОФЕСІЙНЕ ЗРОСТАННЯ ТРАЄКТОРІЇ ОСВІТИ ТА АГРОБІЗНЕСУ В УМОВАХ ЗМІЦНЕННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ТА СТРАТЕГІЧНИХ ЗАВДАНЬ СУСПІЛЬСТВА

МАРИНА ПОНОМАРЬОВА

Державний біотехнологічний університет, Україна

Реформування системи вищої освіти, окреслених в ряді державних програм та документів, особливу увагу слід надати удосконаленню освітньо-виховного процесу, під впливом якого формуються визначальні компоненти властивостей людського капіталу. Мається на увазі не тільки оволодіння певним обсягом знань та інформації, а й вміннями та навичками використання конкретних професійних інструментів для розв'язання певних виробничих проблем, ситуацій, завдань[1]. Сучасна система освіти має забезпечити навчання і виховання фахівця відповідно до потреб суспільства, з урахуванням нахилів, особистих якостей, кваліфікації, світогляду. Під професійним розвитком розуміють цінність професійної культури фахівця як особистості багатогранний процес, який складається з особистісного, професійного та фахового розвитку. До основних показників професійного відносять [3]: суб'єктна компетентність як фахівця та представника певного професійного середовища; професійна компетентність як представника конкретного виду професійної діяльності; фахова компетентність як представника конкретного фаху, тобто спеціалізація в конкретній професії; володіння сучасними фаховими технологіями, методиками та засобами вирішення посадових компетенцій; успішність, продуктивність та ефективність професійної діяльності тощо.

В умовах сьогодення агровиробництво як і сам агробізнес перебуває у найскладніших умовах війни та глобальних впливів. Більша частка підприємств агробізнесу вимушені переорієнтувати свою діяльність, реагуючи гнучко на зміни і звикаючи до мінливого бізнес-середовища [4,5]. Існує низка проблем аграрного сектору, що виникли з війною, а це: руйнування інфраструктури міст та регіонів, транспортних шляхів; окупація територій з більшою часткою виробництва агропродукції, порушення логістики вивозу агропродукції та сировини; вимушена міграція населення та кваліфікованого персоналу за межі країни, залучення фахівців до лав ЗСУ тощо.

Конкурентоспроможність та соціальна захищеність сучасних фахівців значною мірою визначається їх спроможністю адаптуватися до постійних змін у сфері професійної діяльності. Актуального значення набувають моделі професійного розвитку як фактора формування особистості, серед яких можна відзначити: адаптивну модель та модель професійного розвитку; модель професійного розвитку у залежності від хронологічного віку індивіда; модель, яка базується на особистості професіонала та його діяльності; модель професійного розвитку; модель на основі соціальної ситуації професійного розвитку. Цілком адекватним для нинішнього етапу реформування вищої освіти є поліпшення практичної підготовки шляхом проходження практики на реальних робочих місцях. Засобами його втілення в життя є включення в навчально-виховний процес тренінгів, створення і використання навчальнотренувальних центрів, дуальної освіти тощо. Високий інноваційний потенціал свідчить про спроможність закладу вести інноваційний пошук, здійснювати зміни, реалізовувати інноваційну стратегію.

В супереч кризовій ситуації, єдиною умовою оновлення та забезпечення конкурентоспроможності сталого розвитку має стати професійне зростання траєкторії освіти та агробізнесу. Трансформаційні зміни в суспільстві світу вимагають побудови нової моделі, як ДНК – здорової нації = education & agricultural production». Викладачі закладів освіти, науковці дослідних структур мають можливість представляти, передати свій досвід майбутній еліті фахівців освітян, аграріїв, економістів та спеціалістів інших галузей національної економіки, як генофонд національних і стратегічних інтересів суспільства.

Список використаних джерел

1. Пузирьова П. В. Професійний розвиток фахівців у ринкових умовах сьогодення // Професійний розвиток фахівців у системі освіти дорослих: історія, теорія, технології. – Агроосвіта, 2019.
2. Пономарьова М., Должикова І., Маршуба І. Особливості фундаментації професійної освіти та формування професійної компетентності // Вісник науки та освіти. – 2022. – №. 1 (1).
3. Сургунд Н. А. Професійна мобільність як складова системи професійного розвитку сучасного фахівця / Н. А. Сургунд // Вісник Національного університету оборони України. - 2014. – Вип. 3. – С. 340-345. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnaou_2014_3_61.
4. Пономарьова М., Євсюков А., Шовкун Л., Золотарьова С., Крамаренко І. (2022). Формування та управління розвитком аграрного виробництва й

переробкою сільгосппродукції та цінність харчових технологій. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 4(45), 58–67. <https://doi.org/10.55643/fcaptr.4.45.2022.3825>

5. Пономарьова М.С. Умови регулювання вертикально інтегрованих підприємницьких структур агробізнесу: макро-, мезо-, мікрорівні / М.С. Пономарьова, О.В. Аксьонова // *Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки»* : зб. наук. пр. / Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Харків : ХНАУ, 2019. – №3. – С. 391-401.

УДК 377.37.352

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РІЗНИХ ВИДІВ НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ВІЙНИ

МАКСИМ ГОРІХОВСЬКИЙ, ВАЛЕРІК ОГАНЕСЯН

*ВСП «Фаховий коледж економіки, права та інформаційних технологій» ПЗВО
«Кам'янець-Подільський податковий інститут», Україна*

Збройна агресія російської федерації кардинально змінила суспільний лад всіх сфер життєдіяльності, в т.ч. і сфери освіти. Введений Указом Президента України «Про введення воєнного стану в Україні» від 24.02.2022 № 64/2022, затверджений Законом України «Про затвердження Указу Президента України «Про введення воєнного стану» від 24.02.2022 №2102-ІХ, правовий режим 56 воєнного стану зумовив необхідність додаткового правового регулювання освітнього процесу в закладах фахової передвищої та вищої освіти, які б враховували специфіку воєнної ситуації та необхідність продовження освітнього процесу в умовах війни [1].

Повномасштабна війна створює значну кількість проблем не тільки для українців, а й для всього світу. Одні з основних проблем – це гуманітарна та соціальна катастрофи. Заклади освіти зазнають бомбардувань та атак з боку Росії, при цьому порушуючи всі писані та неписані правила ведення військових конфліктів, кожного дня гинуть люди. Адміністрації закладів, які перебувають на тимчасово окупованій території, переважно переміщувалися до сусідніх областей або до Центральної та Західної України, щоб хоч якось продовжити освітній процес та максимально вберегти персонал та студентів. Війна, окрім фізичного насилля, принесла із собою ряд психологічних проблем, які потрібно вирішувати, а також будувати освітній процес в умовах постійної загрози ракетних ударів, артилерії чи бомбардування: змінювати норми очного навчання відповідно до спроможності закладу, забезпечення захисту учасників освітнього процесу під час повітряних тривог тощо [2].

З серпня 2022 року, навчальні заклади розпочали навчання в очному, змішаному режимах, з метою, як умога довше провести навчання студентів в аудиторіях. Не завжди навчальні заклади могли забезпечити навчання в аудиторіях – відбувалися вимушені переходи на дистанційне навчання та

короткострокові канікули, бо росія почала масово застосовувати обстріли всієї території України.

Через постійний ракетний терор та удари по енергетичних об'єктах України, росія позбавляє студентів та школярів права на освіту. Відповідно до Конвенції ООН про права дитини (1989 р.) право на освіту є одним із основних прав дитини. Це вимагає відповідних заходів для захисту дітей від усіх видів дискримінації, щоб забезпечити, щоб системи освіти сприяли добробуту дитини та щоб право на освіту враховувало рівність можливостей.

Постійні тривоги та відключення світла, зменшують шанси отримати якісну освіту, психологічне напруження не дають студентам в повній мірі сфокусуватися на навчанні.

Нами було в лютому-березні 2023 року проведено опитування серед 623 здобувачів закладів фахової передвищої освіти в Хмельницькій області із 17 коледжів, «Дослідження чинників формування толерантності особистості у студентів коледжів та практичні рекомендації для формування стресостійкості в умовах війни» проходить в рамках наукового проєкту «Research of vocational education in Ukraine», результати дослідження будуть опубліковані після їх детального вивчення та аналізу.

Наша мета була виміряти рівень задоволеності навчальним процесом студентів, обрати оптимальну форму навчання та визначити рівень толерантності особистості студентів у умовах постійного стресу та тривоги.

Одним із заключних питань анкети було вибрати чи задоволені студенти їх рівнем навчання у їхньому коледжі (рис.1.), переважна більшість респондентів сказали своє тверде так - 504, тільки 20 студентів не задоволені навчальним процесом, а 99 не знають.

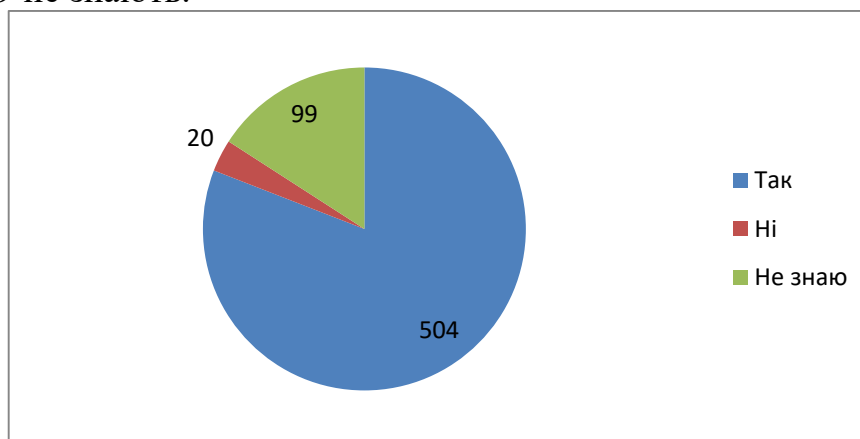


Рис. 1 Рівень задоволеності навчанням здобувачів фахової передвищої освіти

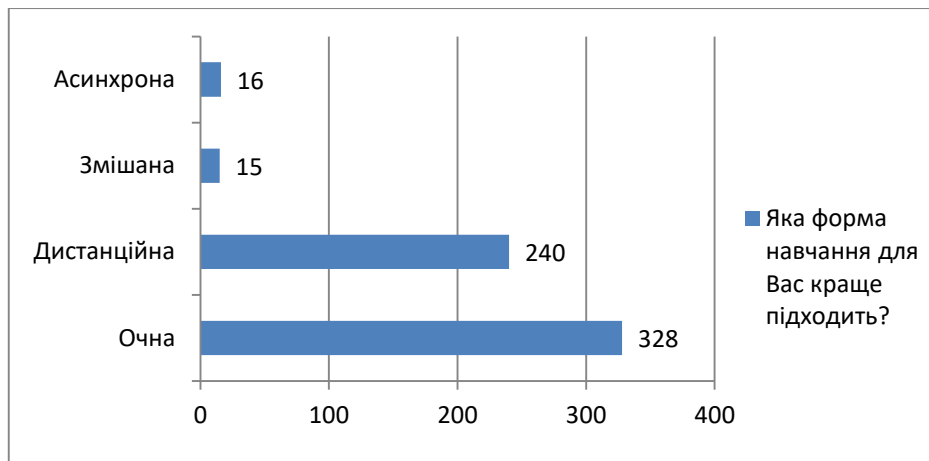


Рис. 2 Вибір оптимальної форми навчання на думку здобувачів фахової передвищої освіти

Також ми запитали студентів, яка краща на їх думку форма навчання: очна, дистанційна, змішана чи асинхронна. Результати опитування (рис.2.) нас здивували: 328 студентів обрали очну форму навчання, а 240 студентів краще б навчалися за дистанційною формою навчання, 16 – підійшла асинхрона форма навчання, як ми вважаємо це студенти, які на даний момент перебувають за кордоном і 15 студентів охоче б вчилася на змішаній формі навчання.

Організація онлайн-навчання залежить від багатьох факторів, таких як наявність матеріально-технічної бази, ергономічні можливості, соціальнопсихологічні аспекти, безпека для викладачів та студентів та деталі діяльності кожного ЗВО в умовах воєнного стану [3] .

Важливим етапом підготовки студента є практичне і лабораторне навчання та практика, в умовах дистанційного навчання викладачі та студенти працювали в режимі online, для цього використовували платформи Google Classroom, Moodle, власні платформи та інше. Перевага цих форм проведення лабораторних чи практичних занять в тому, що студент має можливість навчатися в будь-який час. Недоліками online-занять є те, що не всі навчальні дисципліни можна викладати таким чином, деякі особливі все ж таки потребують безпосереднього контакту викладача зі студентом [4] .

Список використаних джерел

1. Бадак, М. С. Освітній процес у закладах фахової передвищої та вищої освіти в умовах воєнного стану: адміністративно-правовий аспект. Правове регулювання суспільних відносин в умовах воєнного стану та післявоєнної відбудови з метою забезпечення сталого розвитку: Матеріали XI Міжнародної науково – практичної конференції, 09 грудня 2022 року м. Київ. С. 55-58

2. Горіховський М., Оганесян В. Використання різних видів навчання студентів фахової перед вищої освіти в умовах війни, теорія та практика. *Український Педагогічний журнал*. 2022. № 3. С. 77-89

3.Дюжикова Т. М., Бальоха А. С., Чепелюк А. В. Особливості організації освітнього процесу у ЗВО в умовах війни. *Перспективи та інновації науки*. 2022. № 11(16). С. 58-66.

4. Горіховський М.В. Перспективи розвитку фахової передвищої освіти в умовах діджиталізації. Фахова передвища і професійна освіта: теорія, методика, практика : збірник тез Всеукраїнської наукової конференції, 18 червня 2020 р., м. Київ. С. 30–33.

УДК 347.78

ЗАХИСТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

СВІТЛАНА КРАСНОЖОН, ЯРОСЛАВА ДЕПУТАТ

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
Україна*

У процесі еволюційного розвитку суспільства, формування економіки знань, розвитком процесів цифровізації зростає цінність нематеріальних ресурсів. Інститут інтелектуальної власності активно розвивається у сучасному суспільстві. Об'єкти інтелектуальної власності у ВНЗ можуть бути представлені винаходами, корисними моделями, промисловими зразками, базами, даних, топологіями інтегральних мікросхем, розробкою програм, додатків, селекційними досягненнями, ноу-хау, шоу-хау, унікальні матеріали, твори, що захищаються авторським правом, оригінальні дані та інші творчі чи художні роботи, які мають цінність. Крім цього, інтелектуальна власність включає все, що може бути захищено законом або законодавством, як-от патенти, маскові роботи та сертифікати охорони сортів рослин, тощо. Також може включати фізичні втілення інтелектуальних зусиль і матеріальних досліджень (наприклад, моделі, прототипи, машини, пристрої, дизайн, креслення, апарати, прилади, схеми, напівпровідникові мікросхеми, комп'ютерні програми та візуалізації, біологічні матеріали, хімічні речовини, інші склади матерії, рослини та записи досліджень).

Варто зазначити, що як правило ВНЗ з технічною спрямованістю лідирують за кількістю зареєстрованих об'єктів інтелектуальної власності за рахунок зареєстрованих патентів. Традиційно реєстрація, облік та комерціалізація більшою мірою спрямовані на об'єкти промислової інтелектуальної власності. У сфері авторського права та творчості важливим є той факт, що мільйони користувачів Інтернету зараз є потенційними творцями авторського права, адже успішність розвинутих економік зростає залежить не від їхнього фізичного капіталу, а від здатності до мобілізації розумових здібностей своїх громадян.

Викладацька та науково-дослідна діяльність передбачає створення великої кількості об'єктів інтелектуальної власності, зокрема, об'єктів авторського права у межах службових завдань. В умовах активної цифровізації права на ці об'єкти вимагають специфікації та захисту [1].

Відкриття та поширення знань завжди були ключовим компонентом місії університету. Це поширення знань у формі високоякісних наукових публікацій, тез, матеріалів конференцій та запрошених презентації є показником успіху як для університету, так і для окремого дослідника.

У той час як університети можуть заохочувати створення інтелектуальної власності, розповсюдження таких знань може обмежуватися відповідною комерційною цінністю знань і необхідністю їх захисту перед публікацією. Це особливо добре, для ситуацій, коли університети приймають спонсоровані дослідницькі гранти від промисловості, яка вимагає обмеженого доступу до результатів. Контрактні положення в цих приватних грантах можуть визначати затримки або обмеження в публікації результатів досліджень, природним результатом яких є приховування результатів досліджень з метою отримання комерційної вигоди.

На жаль у час швидкого розвитку інформаційного простору виникає питання, щодо захисту інтелектуальної власності. Адже наразі все менше перешкод, щодо використання запозиченого матеріалу, ідеї, розробки, тощо. Перш за все причина цього полягає у недостатній поінформованості. Саме через це, окрім питання інтелектуальної власності необхідно доносити й обговорювати саме її захист.

Доречним є більш детальний розгляд питання, щодо дотримання авторського права в інформаційно-освітньому просторі. Авторське право є галуззю права інтелектуальної власності. Відповідно до статті 418 Цивільного кодексу України право інтелектуальної власності – «це право особи на результат інтелектуальної, творчої діяльності» [3]. Безпосередньо у сфері освіти питання права інтелектуальної власності й дотримання авторських прав базується на окремих статтях Закону України «Про науково-технічну інформацію» [2].

Так можливим є використання твору іншого автора безоплатно та без його згоди, за умов дотримання правил цитування. Ця норма прописана у статті 444 Цивільного кодексу України [3].

Для здійснення контролю, застосовуються технічні і правові засоби захисту:

- криптографічні конверти;
- контракти;
- цифрові сертифікати, тощо.

Використання таких засобів безумовно дозволяє вдосконалити систему охорони авторських прав, саме в інформаційному просторі, проте обмежує певну частину потенційних користувачів доступу до цієї інформації.

Нині в системі освіти все сильніше робиться акцент щодо запобігання академічному плагіату у сфері вищої освіти і науки. Проте, наприклад, повна середня освіта залишається, як правило, осторонь цього. Хоча повна середня освіта також розробляє та публікує матеріали, бере участь у наукових дослідженнях шляхом експериментальної роботи, що проводяться в закладах загальної середньої освіти.

Список використаних джерел

1. Боковня В.М. Інтелектуальна власність: Навчальний посібник для студ. вищих навч. Закладів. Черкаси: Чабаненко Ю.А., 2014. 452 с.
2. Закону України «Про науково-технічну інформацію» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3322-12#Text>
3. Цивільний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>

ПРОБЛЕМИ ВЗАЄМОДІЇ ІННОВАЦІЙНИХ КЛАСТЕРІВ ТА ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

ТЕТЯНА НЕБОГА

*ДУ «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень Національної академії
наук України», Україна*

Стратегічний економічний розвиток на сучасному етапі неможливий без його інноваційної складової, а процеси глобалізації вимагають від суб'єктів господарювання об'єднання зусиль у процесі їх діяльності. Однією із форм такої взаємодії та співпраці є інноваційні кластери. Відомий вчений, експерт у сфері конкуренції М. Портер визначає кластери як групи взаємозалежних, географічно сконцентрованих компаній та фірм різної галузевої спрямованості, а також організацій, які поряд із конкурентною боротьбою ведуть спільну діяльність [1].

Питанням створення та функціонування інноваційних кластерів приділяється увага у працях як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Так, серед зарубіжних вчених, ґрунтовні дослідження з питань створення інноваційних кластерів містять наукові роботи таких вчених, як М. Портер, П. Кругман, М. Кітінг, А. Скотт та ін. Теорії кластеризації присвячено роботи таких вітчизняних вчених, як В. Базилевич, В. Геєць, В. Оскольський, Д. Лук'яненко, М. Проскуріна, О. Ніфатова, М.Шкода та ін. Так, автори [2] аналізують світовий досвід щодо активізації політики інноваційного розвитку через створення інноваційних кластерів як форми державно-приватного партнерства та обґрунтовують ієрархію оцінки альтернатив фінансування проєктів реалізації інноваційних кластерів на засадах державно-приватного партнерства. Проблеми інтернаціоналізації системи вищої освіти та інструменти стимулювання даного процесу в контексті інтеграції до Європейського Союзу розглядаються у наукових дослідженнях Вербицької А.В.[3]. Разом з тим, проблеми взаємодії інноваційних кластерів із системою вищої освіти у сучасних умовах трансформації ринку робочої сили та повоєнного відновлення в Україні досліджені не в повній мірі.

Взаємодія інноваційних кластерів та закладів вищої освіти в умовах становлення інформаційного суспільства виступає необхідною умовою інноваційного розвитку в регіоні, що у довгостроковій перспективі сприяє сталому розвитку країни. Об'єднання зусиль представників науково-освітнього простору та бізнесу сприяє забезпеченню досягнення завдань та цілей, визначених цільовими та комплексними програмами регіонального розвитку, що впливає і на розвиток інноваційної інфраструктури, яка покликана забезпечувати необхідні умови для інноваційної діяльності у регіоні[4].

Оскільки в умовах інноваційної економіки постійно з'являється нова наукова або технологічна інформація, відбувається прискорений процес зносу професійних знань, а компетенції кваліфікованих спеціалістів – мають тенденцію до зниження їх актуальності. Тому перед закладами вищої освіти України стоїть завдання актуалізації робочих програм у відповідності до умов повоєнного відновлення та потреб ринку робочої сили, який наразі зазнає трансформаційних

змін. Навички студентів закладів вищої освіти повинні бути гнучкими, еластичними, що означає здатність майбутнього спеціаліста реагувати на зміни кон'юнктури ринку робочої сили відповідно до потреб економіки.

У контексті наведеного, вважаємо, що доцільним є підтримка на державному рівні концепції «програма професійного зростання впродовж життя», яка буде сприяти якісним змінам професійних кадрів в країні. При цьому базовими принципами розвитку сучасної освіти мають бути неперервність; наступність; відповідність умовам повоєнного відновлення; відповідність стратегічним напрямкам розвитку регіонів країни. Необхідними умовами для реалізації концепції «програма професійного зростання впродовж життя» є:

- кооперація закладів вищої освіти у напрямку перепідготовки кваліфікованих кадрів;

- гуртування закладів вищої освіти із представниками бізнес-середовища інноваційного кластеру;

- організація системи державної підтримки через створення державних програм підготовки та перепідготовки кадрів;

- створення системи мотивації суб'єктів бізнесу, які включені до інноваційного кластеру, для їх інтеграції до процесу підготовки та перепідготовки кадрів.

Повинна відбуватися зміна парадигми навчання у закладах вищої освіти, яка буде полягати в умінні не лише здобути знання спеціаліста і отримати набір навичок та компетенцій, а продовжувати постійно навчатися, підвищуючи свою кваліфікацію у відповідності до змін та потреб сучасного ринку. Мова йде про професійне зростання впродовж усього життя як форми розвитку людини у сфері своєї діяльності в умовах розбудови інноваційної економіки. Інноваційні кластери при цьому будуть створювати матеріальні умови для постійної актуалізації набутих навичок випускниками закладів вищої освіти. Створення інституційних умов забезпечення взаємодії інноваційних кластерів та закладів вищої освіти виступає необхідною умовою формування національної інноваційної інфраструктури, стимулюючи розвиток важливого її елементу – висококваліфікованого кадрового потенціалу. Зазначене у сукупності позитивно впливає на соціально-економічне стале зростання як окремих регіонів країни, так і національної економіки у цілому.

Список використаних джерел

1. Портер М. Конкурентна перевага. Як досягати стабільно високих результатів, пер. з англ.: І. Ємельянова, І. Гнатковська. Київ: Наш формат, 2019. 622 с.

2. Ніфатова О. М., Шкода М.С. Активізація політики інноваційного розвитку через утворення інноваційних кластерів як форми державно-приватного партнерства. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія Економічні науки*. 2017. № 6 (117). С. 110-120.

3. Вербицька А.В. Міжнародний ринок освітніх послуг: сучасні тенденції та їх вплив на конкурентоспроможність національної економіки. *Управління розвитком*. 2018. № 1(191). С. 11–18.

4. Neboha T.«Prospects of participation of scientific institutions and higher education institutions in target regional programs of Odesa region in the conditions of economic recovery». *Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series «Economics»*. Vol. 9. No. 4. Pp. 35-45.

УДК 338

ОСНОВИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ДАНИХ

НАТАЛІЯ КЛИМАШ, РОМАН КРУПА

Державний торговельно-економічний університет, Україна

Інформація оточує нас усюди: повідомлення в месенджерах, пости в соціальних мережах, відеоролики на YouTube, фотографії на телефоні, музика по дорозі на роботу, цінники в магазинах і т.д. Швидкість обміну і доступ до інформації значно змінилися.

Наукові відкриття, технологічні прориви в різних галузях, підвищення рівня освіченості населення – все це позитивно позначається на розвитку суспільства в цілому.

Дослідження показують, що упродовж дня людина забуває близько 80 % всього побаченого і почутого. Це дуже великий обсяг непотрібної інформації. Одним із способів ефективного навчання якраз є візуалізація. Це зображення числової і текстової інформації у вигляді графіків, діаграм, структурних схем, таблиць, малюнків, карт і т. д. Численні дослідження підтверджують, що:

- 90 % інформації людина сприймає через зір;
- 70 % сенсорних рецепторів знаходяться в очах;
- близько половини нейронів головного мозку людини задіяні в обробці візуальної інформації;
- на 17 % вище продуктивність людини, що працює з візуальною інформацією;
- на 4,5 % краще згадуються деталі візуальної інформації;
- в 60 000 разів швидше сприймається візуальна інформація порівняно з текстовою;
- людина запам'ятовує 10 % із почутого, 20 % – з побаченого і 80 % – із побаченого і зробленого;

Візуалізація - це процес створення графічних або інших зображень, які представляють дані таким чином, щоб їх було легко зрозуміти та аналізувати. Вона може допомогти відображенню складних даних в простій, зрозумілій формі.

Роль візуалізації у контексті представлення даних полягає в тому, що вона дозволяє:

- Легко сприймати великі обсяги даних: Візуалізація дозволяє представити великі обсяги даних у зручній та доступній формі. Це робить дані більш зрозумілими та сприйнятливими для аудиторії.

- Виявляти залежності та взаємозв'язки: Візуальне представлення даних дозволяє швидко виявляти залежності та взаємозв'язки між різними даними.

Наприклад, візуалізація даних про продажі допомагає виявити залежності між попитом на товар та його ціною.

- Показувати тренди: Візуалізація даних дозволяє швидко визначити тренди в розвитку подій. Це допомагає приймати рішення на основі об'єктивних фактів.

Правильна візуалізація повинна бути поєднана з правильним набором інформації. Для того, щоб представити дані цікавими та ефективними способами, існує декілька методів візуалізації даних: таблиці, графіки, карти, діаграми, панелі приладів, матриці, гістограми. Таким чином, візуалізація даних – це інструмент аналізу, вона допомагає робити висновки.

Існує багато спеціальних інструментів для візуалізації: деякі з них зовсім прості: потрібно тільки завантажити дані та вибрати, як вони будуть відображатися. Інші програми більш складні і комплексні — вимагають налаштувань і, наприклад, знань JavaScript. Є багато найрізноманітніших варіантів: і для тих, кому потрібен швидкий зрозумілий результат, і для просунутих користувачів. Наприклад:

- 1. Plotly - ця програма створює діаграми, презентації та дашборди. Ти можеш виконати аналіз за допомогою JavaScript, Python, R, Matlab, Jupyter або Excel. Також є кілька варіантів імпорту даних.

- 2. DataHero - у DataHero можна інтегрувати дані з хмарних сервісів і створювати діаграми та дашборди. Не потребує ніяких спеціальних технічних знань, тому це відмінний інструмент, яким може користуватися вся команда.

- 3. Chart.js - незважаючи на те, що програма пропонує всього 6 видів діаграм, безкоштовна бібліотека Chart.js підійде для невеликих проєктів. Для побудови діаграм програма використовує HTML5 Canvas і створює швидко реагуючий на зміни простий дизайн.

- 4. Tableau - Tableau Public — це практично безкоштовний інструмент візуалізації з графіками, діаграмами, картами та іншим. Ви легко зможете завантажити інформацію в систему, а потім спостерігати за тим, як все оновлюється.

Щодо технік візуалізації, то їх досить багато, і серед них трапляються дуже складні, але для передачі багатьох повідомлень досить дуже простих технік, інколи трохи доопрацьованих «по місцю». Наприклад, віко-статеві (популяційна, демографічна) піраміда, стандартний інструмент візуалізації даних про демографічні тенденції популяції та порівняння популяцій, являє собою дві гістограми, поставлені вертикально нулем до нуля.

Також існують:

1. Гістограми - показують розподіл значень в множині об'єктів. На одній осі, як правило, горизонтальній, ми відкладаємо значення, а на вертикальній — показуємо, скільком об'єктам у множині воно відповідає. Оскільки кількість об'єктів — натуральне число, гістограми завжди будують від нуля.

2. Стовпчасті діаграми - у звичайній стовпчастій діаграмі, призначеній для порівняння кількох значень, значуща лише одна вісь, а вздовж іншої розташовано стовпчики зручної для сприйняття ширини, висота яких кодує значення. Стовпчасті діаграми часто будують не від нуля.

3. Лінійні діаграми (графіки), діаграми розсіяння і бульбашкові діаграми - знайома з шкільного курсу алгебри декартова система координат, є одним із найпотужніших інструментів візуалізації даних. Просте розміщення точок даних в координатній сітці дає діаграму розсіяння, яка, будучи зручним інструментом пошуку кореляції під час аналізу, може бути адекватним засобом візуалізації даних, в яких треба показати як тенденцію, так і типові відхилення від неї.

4. Колові діаграми - аналогічно до поділу на частини стовпчиків в стосовій діаграмі, кола можна ділити на сектори, щоби показати частки у цілому. Така «тортова» діаграма добре передає співвідношення кількох значних часток, але стає неефективною, якщо часток дуже багато. Тоді варто об'єднати дрібні частки в групу «інші».

5. Таблиця як техніка візуалізації - говорячи раніше про оптимізацію структури даних, ми вже розглядали таблиці як засіб візуалізації даних. Справді, належним чином побудована таблиця може дуже ефективно унаочнювати певні властивості даних. Важко давати загальні поради щодо організації таких таблиць, кожен окремий випадок може потребувати спеціального рішення, але деякі принципи досить-таки прості, хоча не абсолютні.

Отже, візуалізація з давніх часів використовувалася для наочного показу інформації на картах, моделях, кресленнях тощо. З розвитком людства з'являлись нові методи та прийоми для зображення даних. Одним з таких стала пряма перспектива. Вона дозволила зображати елементи об'ємно та надавати їм відчуття власного місця серед інших. Цей прийом вдосконалювався в образотворчому мистецтві і в наш час став основним при візуалізації даних. З його допомогою створюються тривимірні простори, віртуальні реальності з графіками та діаграми, в яких людина може відчувати, легко сприймати, а головне — бачити інформацію, а не безглуздо дивитися на неї.

Список використаних джерел

1. ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ДАНИХ: ОСНОВНІ ПЕРЕВАГИ, Анастасія Кичма, Соломія Олеха, Орест Полотай; Національний університет «Львівська політехніка», URL: <https://sci.ldubgd.edu.ua/bitstream/123456789/5954/3/1.pdf>

2. МулярВ. П., ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ДАНИХ ТА ІНФОГРАФІКА: Навчальний посібник, Луцьк 2020, URL: <file:///C:/Users/A0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%BD%20%D0%9A%D1%80%D1%83%D0%BF%D0%B0/Downloads/infohrafika.pdf>

3. Український центр суспільних даних, відкритий посібник з відкритих даних: Візуалізація, 2015р, URL: <https://socialdata.org.ua/manual/manual5/>

ЗАСАДНИЧІ АСПЕКТИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОЇ СФЕРИ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ВІРА КУЦЕНКО¹, НАТАЛІЯ СТАВНИЧА²

¹Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України», Україна

²Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

*«Нам бачиться світ, в якому кожна країна реалізує
можливості для сталого економічного зростання.»*

Резолюція Генеральної Асамблеї ООН «Перетворення нашого світу:
Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року»

Освітня сфера належить до основних домінант духовно-інтелектуального потенціалу країни. Розвиваючи її людський капітал, власне кожному людину-громадянина, вона тим самим забезпечує розвиток національної економіки та загальний суспільний поступ в цілому. Проте в Україні останнім часом спостерігається старіння населення, що зумовлює уповільнення оновлення знань, а отже і вищезазначеного потенціалу. За останніми показниками наша країна, володіючи донедавна потужними як матеріальними, так і кадровими ресурсами освіти, значно відстає від розвинених країн світу, включаючи й своїх західних сусідів, в яких вищу освіту мають від 40 до 60%.

Відповідно, Україна має значно нижчі показники індексу знань та інновацій, наслідком чого стає недостатньо високий рівень розвитку в ній науково-технічного прогресу та економіки. На це вказують і фахівці, які досліджують проблеми розвитку освіти в контексті сталого розвитку в числі яких: І. Василенко, О. Гаращук, О. Давидюк, В. Данильченко, Д. Лук'яненко, В. Удовиченко та ін.

Виходячи із вищезазначеного, бачиться особливо важливим обґрунтування необхідності та шляхів забезпечення модернізації освіти в такому напрямі, який забезпечив би прискорення розвитку не лише освітньої, але й загалом соціальної сфери та всієї економіки. Як відомо, сутність сталого розвитку була офіційно сформульована у доповіді „Наше спільне майбутнє”, підготовленій Комісією ООН з довкілля і розвитку ще у 1987 році. Згідно з названим документом, сталий розвиток – це гармонійний соціально-економічний розвиток, метою якого є задоволення потреб сьогодення та який не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти власні потреби.

В цілому, сталий розвиток спрямований на поліпшення життя та праці громадян; посилення підтримки розвитку інновацій та їх упровадження у виробництво; підвищення зайнятості у високотехнологічних галузях [1; 2].

При цьому слід відмітити, що останньому, як і сталому розвитку загалом, великою мірою сприяє функціонування освітньої сфери, що забезпечує накопичення знань. Наразі кожна людина, що має за мету бути конкурентоздатною на ринку праці, потребує економічних, екологічних, юридичних знань. До речі, в цьому зв'язку варто зазначити, що Конфуцій

стверджував, що до знань ведуть три шляхи: шлях наслідування (що є найлегший); шлях розмірковування; шлях власного досвіду.

І як засвідчує світова практика, а саме – як західних, так і східних країн, найкращих результатів дає поєднання всіх трьох шляхів. Особливо важливим є успішне інтегрування запозиченого досвіду на власний вітчизняний ґрунт. В зв'язку із цим, зберігають свою актуальність слова нашого пророка Т. Шевченка: „І чужому навчайтесь, й свого не цурайтесь”. Саме орієнтація на такі підходи надає можливість кожній людині та всьому людству прийти до висновку про необхідність забезпечення сталого розвитку, використавши для цього перш за все освітню діяльність.

Як зазначав Генеральний директор ЮНЕСКО Коїтіро Мацуура, право на освіту є одним з основних прав людини, що має бути доступним всім, без всякого виключення за економічними, соціальними, культурними або географічними ознаками [3, с. 100]. І розуміння цього накладає на кожну державу всю відповідальність за розвиток освіти, за стан освітнього рівня своїх громадян.

Велика увага зазначеному питанню надається й в нашій країні, де наразі функціонує широка мережа закладів освіти, у тому числі передвищої та вищої (табл.1).

Таблиця 1

Заклади фахової перед вищої та вищої освіти України

Показник	Заклади фахової передвищої освіти		Заклади вищої освіти	
	2020/21	2021/22	2020/21	2021/22
Кількість закладів, од.	129	248	515	386
У них студентів, тис.	165,6	282,3	1141,9	1046,7

Джерело: [4, с. 119].

Так, лише в 2021 році із закладів вищої освіти України випущені 261788 фахівців, у тому числі 48046 – магістрів, 180675 – бакалаврів [4, с. 120]. Проте, як було вище зазначено, Україна значно відстає від європейських та інших розвинених країн, за часткою населення з вищою освітою. Наша країна також відстає і за якісними параметрами освітньої діяльності. А тому освітня сфера України потребує подальшої модернізації.

В цьому контексті працівники освіти покликані:

- успішно використовувати кращий досвід розвитку освіти;
- активно вживати в начальній діяльності нові технології;
- володіти здатністю інтерпретувати їх стосовно до конкретних освітніх умов.

Модернізація освіти – це вкрай важливе завдання для нашої країни. із зазначеним пов'язана зміна парадигми розвитку освіти, що передбачає урахування новітніх досягнень педагогічної науки, а також застосування сучасних технологій навчання [5].

Важливими складовими модернізації освітньої сфери є впровадження інновацій в освітню діяльність, зокрема таких як Інтернет, що суттєво впливає на формування особистості, на підвищення якості надаваних освітніх послуг. Сьогодні в умовах безпрецедентного поширення дистанційної освіти

використання Інтернету в початковому процесі набуває значення важливої структурної одиниці віртуального простору в цілому й освітнього зокрема.

Цьому сприяє й загальна цифровізація суспільно-громадського життя. Таким чином, вказаний процес не може не охопити й освітньо-навчальну діяльність, яку ми розглядаємо, виходячи з об'єктивних вимірів дії, їх корисності для особистісного розвитку суб'єкта освітньої діяльності, як ідею, що вкладена у відповідну діяльність та як результат перетворення суб'єктної діяльності тощо.

Все вищезазначене, і насамперед модернізація освіти, на наш погляд, має допомогти якомога більше наблизитися до формування такої освітньої моделі, що забезпечує сучасну якісну підготовку кадрів, а також підвищити якість освітніх послуг на основі наявних сучасних властивостей освітнього процесу, організованого в тій чи іншій освітній системі, обумовлюючи його пристосованість до різних соціальних цілей щодо формування особистості майбутнього фахівця.

Прискоренню модернізації освітньої сфери сприяє також використання результатів соціального партнерства, що передбачає участь держави, бізнесу, некомерційних організацій не лише у зміцненні матеріально-технічної, ресурсної бази освітньої сфери, але й стосовно розробки навчальних планів, програм, державних освітніх стандартів як компонентів освітніх процесів; організації навчально-виробничої практики; здійснення навчального процесу на основі сучасного педагогічної науки і новітніх (передових) технологій; розробки теоретико-кваліфікаційних вимог тощо.

Як свідчить практика, означений підхід дозволяє:

- здійснювати трансформацію системи освіти в цілому та підготовку кадрів, зокрема на тактичному й операційному рівнях у процесі створення потужного, духовно насиченого середовища, яке забезпечує єдність всіх елементів освітньої діяльності;
- постійно збагачувати освітнє середовище, що передбачає використання його властивостей для підвищення ролі освіти в досягненні сталого розвитку;
- забезпечувати підвищення якості професійної компетентності майбутніх фахівців – головних суб'єктів і тим самим забезпечуючи стабільний соціально-економічний розвиток України.

Список використаних джерел

1. Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року від 28.02.2019 р. № 2697-VIII URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-19#Text>

2. Гаращук О.В., Куценко В.І. Інноваційний компонент соціальної безпеки – пріоритет розвитку України. Чернігів: ПАТ «ПВК «Десна», 2022. 160 с.

3. Пількевич В.О. Діяльність ЮНЕСКО в галузі освіти: історія та сучасність. Науковий вісник Дипломатичної академії України. 2012. Вип. 19. С. 98-103.

4. Статистичний щорічник України за 2021 рік / Державна служба статистики України. Київ, 2022. 447 с. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

5. Конкурентні моделі управління якістю вищої освіти у ХХІ столітті: монографія. Вид. 2-ге доповн. та перероб. / Д.Г. Лук'яненко, Л.Л. Антонюк,

УДК 171

ВАЖЛИВІСТЬ ЕТИКИ ПІД ЧАС ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ СЕРГІЙ ЯНКОВ, АНАСТАСІЯ ПАЛИГА

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, Україна

Зі швидким розвитком технологій суспільство повинне адаптуватись до нових викликів та випробувань. Наука не стоїть на місці і несе за собою ряд змін. Ці зміни впливають і на наше з вами життя. Прикладом є дистанційне навчання, яке люди собі навіть не могли уявити 50 років назад. Постає питання як зробити свою роботу комфортною в онлайн режимі для себе і колег? Я хочу розкрити це питання зі сторони етики, та розповсюдження її на дистанційне навчання в межах університету і чому так важливо її дотримуватись.

Науковець Давидова у своїй роботі писала, що етика дистанційного навчання складається з трьох складових, а саме з правил загальнолюдської етики, правил онлайн етики та з специфічних правил етики під час дистанційного навчання.[1, с. 5] Тобто, під час робити онлайн не потрібно забувати про основні поняття етики та використовувати їх. А також сюди додаються й нові поняття і правила. Прикладом цього є нетикет. Це об'єднання двох англійських слів, а саме *network* і *etiquette*. Він характеризується такими елементами як оперативність, чіткість, лаконічність і точність.

Загальнолюдську етику в розрізі теми краще розглядати з урахуванням середовища роботи, а саме етика ділового спілкування - це система цінностей та правил, яких повинні дотримуватись працівники, для комфортної співпраці. Сфер поширення цієї етики є багато, а саме: на підприємстві, в офісах, в навчальних закладах, на конференціях тощо. Ділове спілкування включає обмін інформацією чи пропозиціями, укладення контрактів, встановлення нових відносин і повинне регулюватись на підсвідомому рівні за допомогою цієї етики. В протилежному випадку ці операції можуть підлягати ризику розриву через низький рівень компетенції працівників.

Не потрібно також забувати, що ви знаходитесь у кіберпросторі і ваша особиста інформація може підлягати небезпеці. Тому потрібно дотримуватись правил інформаційної гігієни а саме: не розповсюджувати особисту інформацію, читати все, що написано маленьким шрифтом, не переходити на сумнівні сайти, використовувати надійні паролі тощо.

Дистанційне навчання в університеті має свою специфіку роботи. Я можу надати такі поради, щодо роботи:

- 1) Увімкнути камеру, якщо викладач цього вимагає.
- 2) Говорити після того, як вам нададуть слово, або скористатись функцією, яка є в більшості онлайн платформ піднята рука.

3) При увімкненій камері потрібно додержуватись стилю одягу відповідно вимог. Це може бути костюм чи блуза.

4) Забезпечити себе необхідними пристроями для хорошого зв'язку. До прикладу комп'ютер, ноутбук, мікрофон, навушники тощо.

5) Відповідати на базові питання викладача, такі як: «Чи мене чути?», «Ви бачите презентацію?».

6) Заходити на пару за декілька хвилин до початку, щоб викладач встиг усіх прийняти.

7) Поважайте себе і тих, хто з вами працює. Не потрібно вигукувати відповідь або перебивати когось.

8) Слідкувати за мікрофоном, він не повинен бути вимкненим, якщо ви не говорите.

9) Не вживати їжу під час роботи онлайн, це не є компетентним.

10) Використовувати чат лише в доцільних цілях. До прикладу там можна задати запитання.

В деяких університетах є така посада, як організатор конференцій. Він слідкує це процесом роботи і корегує ті чи інші дії, що спростовує роботу. Наприклад запуск презентацій, чи інших потреб викладача.

Тобто, як висновок можна сказати, світ не стоїть на місці і постійно розвивається. Нам потрібно слідкувати і підлаштовуватись до змін. Дистанційне навчання є цьому прикладом. Тому для комфортної роботи в подальшому, нам потрібно знати як правила загальнолюдської етики, так і специфіку етики дистанційного навчання.

Список використаних джерел

1. Етика дистанційного навчання: збірник матеріалів семінару, (м. Київ, 9 вересня 2021 р.). Київ: Київський регіональний центр НАПрН України, 2021. 72 с.

2. Етика ділових відносин : навчальний посібник / [Лесько О. Й., Прищак М. Д., Залюбівська О. Б. та ін.] – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 309 с.

3. Етика: Курс лекцій. Навч. посібник. – 5-те вид. – К.: Либідь, 2004. – 384 с.

4. Химич І. Нетикет: бізнес-середовище компанії в умовах пандемії [Електронний ресурс] / Ірина Химич, Наталія Тимошик, Тетяна Винник, Тетяна Подвірна // Соціально-економічні проблеми і держава. — 2021. — Вип. 2 (25). — С. 345-354. — Режим доступу:

<http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21kihvup.pdf>

УДК 340:378

СВІТОВИЙ ДОСВІД СИСТЕМИ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ

ЛЕСЯ ПОЛЬОВА¹, СВІТЛАНА АРХИПОВА²

¹*Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна*

²*Черкаський державний технологічний університет, Україна*

У сучасних умовах система ступеневої вищої освіти є важливим напрямом оптимізації підготовки фахівців нового покоління.

Для ефективної реалізації ступеневої освіти необхідне вирішення цілого комплексу завдань.

Переважне значення знань у сучасному світі, з одного боку, та зростання вимог до тих, кого готує вищий навчальний заклад, з іншого боку, підвищують його відповідальність і значимість для суспільства. Досвід організації вищої освіти за кордоном може бути корисним для побудови професійної освіти в Україні.

Світовий досвід системи професійної освіти різноманітний і залежить від країни та її освітньої політики. Проте, загалом, він включає такі елементи:

1. Професійні кваліфікації та стандарти: багато країн мають систему стандартів, які описують необхідні знання, навички та компетенції для різних професій. Ці стандарти зазвичай розробляються за участю представників професійних спілок та роботодавців.

2. Професійна підготовка: відповідно до професійних стандартів, країни розвивають різні форми професії.

Особливості підготовки фахівців зумовлюють гнучке реагування на зміни в структурі системи освіти та суспільного життя. При цьому підготовка фахівців будь-якої галузі здійснюється в тісній співпраці з усіма секторами професійної освіти, такими як університети, інститути та коледжі.

На сучасному етапі розвитку співдружності постало питання розробки єдиної стратегії в системі професійної підготовки різних категорій фахівців.

Система юридичної освіти будь-якої країни залежить від правової системи, якої вона дотримується, національної політики щодо вищої освіти та вимог професії.

Розробка єдиної стратегії в системі професійної підготовки різних категорій фахівців є важливим етапом розвитку освітньої системи країни. Вона дозволяє забезпечити високий рівень підготовки фахівців, які будуть відповідати потребам ринку праці та суспільства в цілому.

Основні напрямки розробки єдиної стратегії в системі професійної підготовки різних категорій фахівців можуть бути такими:

– Розробка імплементаційної стратегії, яка передбачає впровадження сучасних методів навчання та організації навчального процесу.

– Розвиток системи професійного навчання кваліфікованих фахівців, що передбачає взаємодію вищих навчальних закладів, виробництва та роботодавців.

– Забезпечення доступу до сучасної технічної бази для проведення практичних занять та наукових досліджень.

– Оптимізація системи оцінювання та контролю знань студентів у навчальному процесі, в тому числі за допомогою сучасних комп'ютерних програм.

– Впровадження системи підготовки та перепідготовки фахівців з метою забезпечення їх конкурентоспроможності на ринку праці.

– Розробка програм підвищення кваліфікації фахівців за рахунок відповідних фондів та грантів.

- Забезпечення гнучкості та адаптивності освітньої системи до потреб суспільства та ринку праці.
- Забезпечення глобальної компетентності студентів, що охоплює різні напрями професійної підготовки.
- Відкриття можливостей для навчання за кордоном, що відображається на підвищенні рівня іноземної мови фахівців.
- Розвиток співпраці з вітчизняним та зарубіжним досвідом в галузі професійної освіти.
- Розробка єдиної стратегії в системі професійної підготовки різних категорій фахівців дозволить забезпечити високу якість освіти та формування кваліфікованих кадрів.

Система освіти наприклад Великобританії приділяє значну увагу дослідницьким компонентам у рамках бакалаврату. Університети все більше надають значення навчальним дослідницьким навичкам як на студентському, так і на післядипломному рівнях.

Однак дослідницькі компоненти займають більше уваги в аспірантурі. На післядипломному рівні курс може пропонуватися як повністю дослідницький або частково дослідницький, якщо курс викладається.

Освіта надається двома способами: моделлю живого клієнта та імітацією. Використання роботи з живим клієнтом має на меті ознайомлення студентів із реальними клієнтами. Він спрямований на передачу навчання через вирішення проблем у контексті реального клієнта.

Клініки для живих клієнтів можуть мати різноманітні форми, такі як внутрішні консультаційні центри та представницькі послуги, клініки для роботи з людьми (консультації та представництво), консультаційні послуги на рівні громади. Програма освіти, заснована на моделюванні, стосується процесу навчання шляхом демонстрації ситуації або частин ситуацій без реальних клієнтів і заснована на вигаданих або реальних фактах, але розігрується так, ніби вони справжні.

Для ефективної реалізації ступеневої освіти необхідне вирішення цілого комплексу завдань. Перш за все, варто розробити чітко кодифікований та оновлений перелік кваліфікацій спеціалістів з вищою освітою та перелік спеціальностей, який би дозволив чітко диференціювати мету та зміст підготовки фахівців у ВНЗ третього тисячоліття відповідно до вимоги розвитку держави. Важливо також прискорити розробку пакетів державних стандартів вищої освіти, а саме тих, що встановлюють методично розширені параметри вимог до змісту, обсягу та рівня освіти на трьох рівнях: держави, суспільства та конкретного вищого навчального закладу.

Список використаних джерел

1. Кнодель Л. В. Туризм і туристська освіта у Франції : монографія. Київ : ФОП Кандиба Т. П., 2019. 287 с.
2. Міщенко В. І. Зарубіжний досвід на вітчизняні організації неперервної освіти. Рідна школа. № 11. 2010. С. 9-15.

БАЛАНС РОБОЧОГО ЧАСУ ВИКЛАДАЧА, ПОКАЗНИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЯКІСТЬ ВИКЛАДАННЯ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

ОЛЕНА ТИМЧЕНКО

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
Україна*

Важливим фактором сталого розвитку є якість освіти. Відтак, постає питання її оцінювання через відповідні показники. У статті 38 ліцензійних умов впровадження освітньої діяльності зазначений перелік досягнень, за яким оцінюється якісний склад науково-педагогічних працівників [1]. Крім того, за відповідними показниками здійснюється моніторинг інноваційного внеску кафедр (педагогічних працівників) у формування рейтингу університету при науковій атестації [2]. Однак, чи, дійсно, досягнення цих показників свідчить про високу якість освітніх послуг? На нашу думку, це питання є актуальним, оскільки активізація діяльності викладачів у напрямі досягнення цих показників виявила низку проблемних аспектів, про які йтиметься нижче.

Перше, на що потрібно звернути увагу: ані у досягненнях згідно із ліцензійними умовами, ані у показниках інноваційного внеску не проглядається безпосередньо викладацька діяльність. Вона наче відійшла на другий план. Проте саме надання знань студентам через викладання є основною місією вищих навчальних закладів. І ця компонента забирає значний ресурс часу. Адже останній потрібний не лише на читання лекцій та проведення семінарських та практичних занять, а й на підготовку до них і ця підготовка може забирати набагато більше часу, ніж безпосередня робота в аудиторії. Особливо це стосується дисциплін, викладання яких потребує постійного моніторингу законодавства. Крім того, оновлення лекційних матеріалів потребує безперервного опрацювання сучасної літератури, адже викладач має донести до студентів не лише свої наукові здобутки, а й доробок інших вчених. Частина робочого часу також витрачається на розробку нових методик навчання, дидактичних матеріалів, цікавих завдань для кращого засвоєння матеріалу, розвитку кругозору, логічного мислення, навичок наукової роботи студентів. І це не виключний перелік робіт, які виконує викладач для забезпечення високої якості освіти. Натомість ця робота викладача лише частково відображається у показниках якісного складу науково-педагогічних працівників. Зокрема, враховується проведення навчальних занять із спеціальних дисциплін іноземною мовою в обсязі не менше 50 аудиторних годин на навчальний рік; наявність виданого підручника чи навчального посібника, навчально-методичних посібників для самостійної роботи здобувачів вищої освіти та дистанційного навчання, електронних курсів на освітніх платформах ліцензіатів, конспектів лекцій, практикумів, методичних вказівок, рекомендацій, робочих програм, інших друкованих навчально-методичних праць.

Чинна система оцінювання професійних якостей викладачів, відтак якості викладання, зміщує фокус діяльності у напрямі наукової компоненти. Повністю

підтримуючи думку фахівців, що без наукової діяльності неможливо забезпечити високу якість викладання, наголосимо на можливостях викладачів проводити наукові дослідження. Згідно із розподілом робочого часу, на наукову роботу припадає його третина, тобто 600 годин. Звісно, за цей час можна провести наукове дослідження і написати статтю. Однак, якісно це зробити можливо лише тоді, коли викладач паралельно не займається викладанням та організаційною роботою. Тобто розподіл навантаження науково-педагогічного працівника має відбуватися у такий спосіб, щоб вивільняти семестр або його частину для наукової роботи. Беручи до уваги зменшення контингенту студентів, відтак збільшення кількості навчальних дисциплін, які припадають на одного викладача, більшість викладачів завантажені обидва семестри, маючи лекційні семінарські та практичні заняття мало не щодня. У таких умовах прагнення зробити щось на науковому полі та опублікувати результати дослідження реалізовуватиметься за рахунок зниження якості викладання, і це об'єктивно, адже вести паралельно викладацьку та наукову діяльність на високому якісному рівні навряд чи можливо.

Питання також виникає до переліку досягнень, за якими оцінюється якісний склад науково-педагогічних працівників. Ми маємо на увазі різний об'єм трудових зусиль, яких треба докласти, щоб мати в активі відповідну примітку. Так, п. 38.1 передбачає публікацію 5-ти статей, а 38.2 – наявність авторських свідоцтв на науковий твір, якими, як правило, є ті ж самі опубліковані статті. Згідно із п. 38.3 ліцензійних умов, досягнення зараховується або за публікацію одноосібної монографії (підручника, навчального посібника) обсягом не менше 5-ти друкованих аркушів, або за такі ж публікації у співавторстві, але нижня межа вже становить 1,5 друкованих аркуші. Для примітки відповідно до п.38.7 ліцензійних умов необхідно підтвердити участь в атестації наукових кадрів як офіційного опонента. І це може бути лише один випадок за 5 років, оскільки мінімальна кількість випадків не указана. Водночас участь як рецензента враховується лише у складі разових спеціалізованих вчених рад, створених для атестації на здобуття ступеня доктора філософії, і має бути вже не менше 3-х. Якщо ж рецензується докторська дисертація під час попереднього розгляду на предмет допуску до захисту на засіданні спеціалізованої вченої ради, то ця робота не враховується взагалі. Досягненням також вважається діяльність у формі участі у професійних та/або громадських об'єднаннях, але реально така участь може бути суто формальною і ніяк не впливати на якісний рівень викладача. Натомість колосальна робота як гаранта освітньої програми або члена проектної групи під час розробки освітньої програми не враховується взагалі.

Під час оцінювання інноваційного внеску викладачів враховується лише публікаційна активність у виданнях, що індексуються у SCOPUS I Web of Science, натомість публікації у вітчизняних наукових фахових виданнях і цитування в них не вважаються внеском у розвиток науки для формування рейтингу [2]. На нашу думку, саме у цих статтях відображаються результати досліджень актуальної української проблематики, і автори цих статей демонструють високий рівень знань, які можуть бути передані студентам.

Потребує уточнення, на нашу думку, і п. 20 ліцензійних умов. Досягнення зараховується, якщо викладач має щонайменше 5 років досвіду практичної діяльності за спеціальністю. Однак, не вказується, чи цей досвід має бути протягом останнього періоду, за який оцінюється якісний склад науково-педагогічних працівників, чи за будь-який період протягом всього трудового стажу. Звісно, набуття практичного досвіду суттєво підвищує якість викладання. Проте, якщо цей досвід мав місце, наприклад 15-20 років тому, то його вплив на якість викладання знижується. При цьому зовсім не враховується досвід педагогічної і наукової роботи. Ми вважаємо, що багаторічна праця в галузі освіти позитивно впливає на якість роботи викладача.

Узагальнюючи, робимо висновок, що мають місце певні невідповідності між робочим часом викладача, показниками оцінювання його професіоналізму та якістю викладання.

Список використаних джерел

1. Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. Постанова кабінету міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF#Text>

2. Положення про моніторинг інноваційного внеску кафедр (науково-педагогічних працівників) у формування високого рейтингу університету при науковій атестації. Наказ Київського національного економічного університету від 17.11.2022 року № 488. URL: <https://drive.google.com/file/d/1XY-lfWqMc5FRfWJsY8OW-2kYxxPIxmif/view>

УДК 005

УКРАЇНСЬКА МОВА І ЛІТЕРАТУРА ЯК ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНО-ПАТРІОТИЧНОГО ВИХОВАННЯ, СВІДОМОСТІ ТА ПАТРІОТИЗМУ

ОКСАНА СТАРИК

*Відокремлений структурний підрозділ Кам'янець-Подільський фаховий коледж
НРЗВО «Кам'янець-Подільський державний інститут, Україна*

Російське вторгнення в Україну триває і всі силові структури і фахівці сектору безпеки і оборони України роблять усе можливе і неможливе для захисту нашої територіальної цілісності і недоторканості. Ці події закріплюють в системі освіти безпрецедентні позиції щодо формування у студентської молоді активної громадської позиції, утвердження національної свідомості і патріотизму. Українська мова і література – фундамент виховання національно свідомого громадянина України, формування й утвердження гуманістичного світогляду особистості, національних і загальнолюдських цінностей.

Освітня досить активно включились в процес захисту нашої країни: найбільш свідомі студенти і викладачі призвалися до лав Збройних Сил

України і зі зброєю в руках боронять країну, інші вбачають своє призначення в освітянському середовищі - виховувати і навчати молодь.

Складниками національно-патріотичного виховання, які конкретизуються у контексті вивчення української мови і літератури є: ціннісне ставлення до України, її цілісності, незалежності, українського народу, Батьківщини, держави, нації; ціннісне сприйняття себе як українця з багатим духовним світом і неповторним колоритом; усвідомлена національна ідентифікація себе з українською нацією; ціннісне культивування загальнолюдських чеснот (свободи, справедливості, працьовитості, доброзичливості, доброчесності, єдності з природою), які є основою національної ментальності; утвердження в свідомості і почуттях особистості патріотичних цінностей, переконань і поваги до культурного та історичного минулого України [2]; ціннісне усвідомлення героїчних вчинків українських військовослужбовців, бійців добровольчих батальйонів, волонтерів у ході російсько-української війни; ціннісне сприйняття культури України як однієї з давніх культур народів світу, що збагатила світову мистецьку скарбницю художніми шедеврами; ціннісне визнання діячів літератури української діаспори, які являли світові Україну на культурній мапі; ціннісне усвідомлення, що мова, пісня є могутнім джерелом національної духовності, своєрідним генетичним кодом, пам'яттю народу; ціннісне усвідомлення краси рідної мови, поваги до слова; сучасне усвідомлення слова як новітньої зброї у війні; ціннісне та шанобливе ставлення до культур народів світу; відродження, своєрідне «навернення» до власне українського; ціннісне усвідомлення себе носіями та продовжувачами народних традицій; ціннісне усвідомлення самотньої краси і багатства української землі.

Саме національно-патріотичне виховання молоді взагалі, а в умовах інклюзії зокрема, і є той суттєвий вагомий внесок викладачів в обороноздатність країни. Національно-патріотичне виховання дітей та молоді – це комплексна системна і цілеспрямована діяльність органів державної влади, громадських організацій, сім'ї, освітніх закладів, інших соціальних інститутів щодо формування у молодого покоління високої патріотичної свідомості, почуття вірності, любові до Батьківщини, турботи про добробут свого народу, готовності до виконання громадянського і конституційного обов'язку із захисту національних інтересів, цілісності, незалежності України, сприяння становленню її як правової, демократичної, соціальної держави. Найважливішим пріоритетом національно-патріотичного виховання є формування ціннісного ставлення особистості до українського народу, Батьківщини, держави, нації [1].

Проте, зреалізувати завдання щодо виховання національно свідомого громадянина України, сформувати у молодого покоління глибоке відчуття патріотизму, обов'язку, власної гідності можливо лише за умови якісного викладання предмета. Вивчення української спадщини буде повноцінним лише за студентоорієнтованого навчання, використання технології розвитку критичного мислення, проектної технології, технології проблемного навчання тощо. Особливого значення у контексті успішної реалізації завдань

національного патріотичного виховання має мистецький контекст (живопис, скульптура, архітектура, музика) й міжпредметні дослідження (зарубіжна література, історія України, всесвітня історія, іноземні мови, культурологія) на заняттях української мови і літератури.

Система роботи викладача над формуванням національно-патріотичної вихованості у здобувачів освіти має бути глибоко продуманою, максимально сприяти розвитку їхнього творчого потенціалу, продукувати оптимальні можливості для розвитку самостійного творчого мислення студентів, активізації їхньої пізнавальної діяльності, формування патріотичних почуттів.

Список використаних джерел

1. Інститут модернізації змісту освіти. Національно-патріотичне виховання дітей та молоді. URL : [https:// https://imzo.gov.ua/osvita/pozashkilna-osvita-ta-vihovna-robota/natsionalno-patriotichne-vihovannya-ditey-ta-molodi/](https://imzo.gov.ua/osvita/pozashkilna-osvita-ta-vihovna-robota/natsionalno-patriotichne-vihovannya-ditey-ta-molodi/) (дата звернення: 09.04.2023).

2. Про затвердження Концепції національно-патріотичного виховання дітей і молоді, Заходів щодо реалізації Концепції національно-патріотичного виховання дітей і молоді та методичних рекомендацій щодо національно-патріотичного виховання у загальноосвітніх навчальних закладах, затверджених наказом МОН № 641 від 16.06.15 року. Режим доступу: https://osvita.ua/legislation/Ser_osv/47154/ (дата звернення: 09.04.2023).

3. Сучасний погляд на національно-патріотичне виховання. Ковальчук О.Є. Режим доступу: <http://vvak.in.ua/attachments/article/.pdf> (дата звернення: 09.04.2023).

УДК 004:378

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ОСВІТІ

ОКСАНА ТКАЧОВА, МАРИНА ЦИКАЛ

Дніпровський державний аграрно-економічний університет, Україна

Інформаційні технології в освіті є сукупністю навчально-методичних розробок, обчислювальної техніки та інструментів, призначених для навчання, вони пов'язані із цифровізацією суспільства, а, відповідно, і з розвитком методів викладання та сприймання інформації викладачами та студентами. Інформатизація суспільства є показником, який забезпечує високий рівень розвитку та покращення послуг надання інформації, їх обслуговування та доступність. Одними з необхідних напрямків розвитку інформаційних технологій в освіті наразі є інтерактивність, поглиблення й поглиблення навчального процесу та налагодження зворотного зв'язку [1, с. 25]. Використання інформаційних технологій є одним з найефективніших методів організації навчального процесу, насамперед, при дистанційній формі навчання. Дистанційне навчання є цілком логічним в умовах цифрового розвитку суспільства в ХХІ столітті в цілому. Таке навчання відбувається через взаємодію віддалених один від одного учасників навчального процесу за допомогою сучасних інформаційних

технологій. Загалом можна сказати, що дистанційне навчання є ефективним та діючим, звісно якщо під рукою є належне обладнання. Воно є ефективним ще й у тому, що сприяє розвитку самодисципліни та відповідальності учасників навчального процесу.

Можливості інформаційних технологій є загально впровадженими у навчальний процес, що надає їм права повноцінної складової освітнього процесу. Перевагами використання ІТ-інструментарію в освіті, а саме, у дистанційній освіті є віддаленість від викладача (можливість переймати знання з будь-якої точки світу за умови, що у вас є належне обладнання (інтернет, смартфон)), можливість поєднання навчання паралельно з іншими заняттями (наприклад, роботою) (можливість обрати зручний для навчання час, не чекаючи на когось), більше можливостей, (доступні будь-які науки з будь-якої країни), є шанс вивчати предмет у своєму темпі, неможливість прискіпливого відношення викладача, так як за все відповідає чітко прописана програма, можливість навчатися у будь-якому віці, не маючи психологічного тиску з боку одногрупників. Звісно, недоліки такої форми навчання також є, це: неналежне технічне обладнання у деяких бажаючих здобувати освіту, можливість несамостійного виконання завдань при перевірці знань (неможливо дізнатися хто знаходиться по той бік екрану – все покладається на добропорядність здобувачів освіти), недостатня потужність серверів чи інтернет-під'єднань, непродумані та незручні програми для проходження потрібного курсу, більшість курсів не завершуються через недостатню замотивованість слухачів або їх недостатню кваліфікацію.

Розвиток інформаційних технологій нині відбувається глобальними темпами. Більшість впроваджених технологій стають універсальними та швидко підлаштовуються та оновлюються творцями для повного виконання своєї функції. Тому, зазначені вище проблеми невдовзі будуть вирішені та не являтимуть собою велику перешкоду у процесі здобуття освіти за допомогою використання інформаційних технологій.

В сучасному світі, і в Україні зокрема, дистанційна форма навчання розповсюджується шаленими темпами. Вона набула такої популярності через міжнародну пандемію COVID-19. За даними дослідження вчених Національної академії педагогічних наук України серед усіх регіонів України в 2019-2022 рр. було встановлено, що для організації дистанційного навчання в умовах пандемії і воєнного стану респонденти найбільше використовували такі цифрові інструменти: Viber – 79 %; Zoom – 66 %; сайт навчального закладу – 24 %; Google Apps for Education – 20 %; Мій Клас – 20 %; електронний щоденник – 15 %; навчальна платформа навчального закладу – 14 %; Telegram – 13 %; Jitsi Meet – 13 %; Padlet – 11,0 %; Flipped Classroom – 10 %. А серед сервісів саме Zoom і Google Class набули найбільшої популярності.

Наразі дистанційне навчання є єдиною доступною можливою формою навчання в Україні, через введений 24 лютого 2022 року воєнний стан. Так, відповідно до Закону України «Про освіту» в статті 571 регламентуються державні гарантії організації освітнього процесу в дистанційній формі або в будь-якій іншій формі, що є найбільш безпечною для його учасників в умовах воєнного стану, надзвичайної ситуації або надзвичайного стану [2]. Державна політика щодо

цифровізації та інформатизації освітніх процесів в країні надає сучасному дистанційному навчанню гарне підґрунтя для розвитку, зокрема, Державна національна програма «Освіта» (Україна XXI століття) [3], Закон України «Про Національну програму інформатизації» [4], Концепція розвитку дистанційної освіти в Україні, «Положення про дистанційне навчання» [5] та ін.

Отже, нині освітній процес без використання інформаційних технологій є неповноцінним або навіть неможливим, про що свідчить гостра потреба у їх наявності та активному використанні.

Список використаних джерел

1. Iasechko S., Pereiaslavskaya S., Smahina O., Lupei N., Mamchur L., Tkachova O. (2022). Artificial intelligence in the modern educational space: problems and prospects, International Journal of Computer Science and Network Security, Vol. 22, No. 6, P. 25-32.
2. Закон України «Про освіту» № 2145-VIII від 05.09.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>
3. Постанова КМУ «Про Державну національну програму «Освіта» (Україна XXI століття)» № 896 від 03.11.1993. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/896-93-%D0%BF#Text>
4. Закон України «Про Національну програму інформатизації» № 2807-IX від 01.12.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2807-20#Text>
5. Наказ МОН «Про затвердження Положення про дистанційне навчання» № 466 від 25.04.2013 (зі змінами та доповненнями від 08.09.2020). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0703-13#Text>

УДК 378.147.014.3:366

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ВИКЛАДАННІ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ»

ЛАРИСА ШАТАЛОВА

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
Україна*

Реформа системи вищої юридичної освіти в Україні активізує пошук інноваційних форм і методів підготовки юристів: від розроблення і введення в навчальні плани нових перспективних дисциплін до впровадження інноваційних методик викладання правових наук. Запроваджуються новітні технології, які допомагають готувати висококваліфікованих, конкурентоспроможних правників, здатних виконувати складні науково-дослідні, фахово-прикладні й творчі завдання. Сьогодні майбутній юрист повинен оволодіти основами правового регулювання, вміти застосовувати норми права на практиці, володіти навичками пошуку належної інформації та аналізу великих обсягів інформації. Саме тому важливим є пошук найбільш ефективних шляхів модернізації й підвищення якості сучасної юридичної освіти.

Використання різноманітних інноваційних методів навчання студентів-юристів – шлях до підвищення якості освіти. Тому при вивченні навчальної дисципліни «Захист прав споживачів» (як вибіркової складової навчального плану) у закладах вищої освіти юридичного спрямування сьогодні необхідне використання нових інформаційних методів навчання, що включають як пізнавальний, так і практичний аспекти.

Для реалізації зазначених завдань робоча програма навчальної дисципліни «Захист прав споживачів» для студентів спеціальності 081 «Право» першого (бакалаврського) рівня навчання побудована таким чином, щоб оволодіння вміннями і навичками використання правових знань у сфері захисту прав споживачів відбувалося вже в ході навчального процесу. Студенти мають вільно володіти системою спеціальних знань щодо принципів, методів та джерел правового регулювання захисту порушених прав та інтересів споживачів, основних положень національного законодавства у сфері організації та реалізації захисту прав споживачів, міжнародних стандартів, а також набувати навичок практичного їх застосування, комунікації, відповідальності й автономії в разі прийняття правових рішень (висновків) у сфері захисту прав споживачів.

У науковій літературі до інноваційних освітніх технологій відносять: ігрові технології, комп'ютерні технології, діалогові технології, структурно-логічні технології, тренінгові технології, модульні, інтерактивні тощо [1, с. 77]. При проведенні практичних занять навчальної дисципліни «Захист прав споживачів» застосовуються спеціальні методи та способи навчання, такі як: юридичні клініки, робота зі схемами, інтелектуальний тренінг, вирішення правових казусів, кейс-метод, моделювання, складання відкритих та закритих тестів, порівняльний аналіз, написання есе, рефератів, доповідей, робота з матеріалами судових реєстрів, підготовка презентацій, дискусії, робота в малих групах, проведення круглих столів та конференцій тощо. Їх використання при вивченні якісно покращує навчальний процес, активізує засвоєння студентом теоретичної складової навчальної дисципліни.

На сучасному етапі розвитку суспільства інформаційні технології проникли у сферу освіти та стали невід'ємною складовою системи інноваційних методів навчання. Однією з форм застосування інформаційних технологій в освітньому процесі є використання мережі «Internet». Поряд з можливостями спрощеного доступу до навчально-методичних матеріалів, забезпечення наочності навчання, автоматизації рішення окремих завдань, дистанційного навчання. Мережа «Internet» надає доступ до програмних продуктів, які дозволяють моделювати окремі умови діяльності майбутніх фахівців, формуючи у них відповідні професійні якості та навички. Для наочного подання навчального матеріалу викладач може продемонструвати студентам відеоматеріали (певний уривок з художнього фільму, документального фільму, мультиплікаційного фільму, інших інформаційних ресурсів), які містять проблемну ситуацію, наприклад, конфлікт інтересів споживача та виробника, продавця, надавача послуг чи виконавця робіт. З метою вирішення таких юридичних казусів на практичних заняттях студенти використовують інтернет-ресурси органів законодавчої та виконавчої влади, наприклад, Єдиний державний реєстр судових рішень. URL :

<https://reustr.court.gov.ua/>; Законодавство України. Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. URL : <https://www.rada.gov.ua/>; офіційний веб-сайт Державної служби України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів. URL : <http://www.consumer.gov.ua/>; офіційний веб-сайт Кабінету Міністрів України. URL : <http://kmu.gov.ua> тощо. Також інформацію сайтів громадських організацій із захисту споживачів, наприклад, ГО “Асоціація захисту прав споживачів+”, ГО »Захист прав споживачів кийвської області» та інших.

Наступною важливою складовою формування у студентів практичних навичок у сфері захисту споживачів є вивчення методів, принципів та основ складання правової документації (претензій, позовних заяв, відповідей (заперечень) на позовну заяву). Забезпечення наочності навчання зазначеного виду роботи інтернет ресурси дають можливість демонстрації на практичному занятті як зразків юридичної документації для заповнення самим студентом, так рішень по конкретних реально існуючих справах. Студенти таким чином набувають практичних навичок використання норм права, формують правильні алгоритми вирішення юридичних казусів, навички самостійного ведення діловодства та складання юридичної документації.

Активно застосовується проблемний метод навчання, девізом якого є «Не від знання до проблеми, а від проблеми до знання». Студенту надається конкретний юридичний казус – проблемна ситуація, а знання відкриваються йому самостійно чи з допомогою викладача під час покрокового вирішення практичної ситуації. Роль викладача ґрунтується на тому, що він не просто здійснює контроль, а виступає координатором і консультантом, виявляє труднощі, які виникають у студентів, прогалини у їхніх знаннях, реалізуючи індивідуальний та диференційований підходи до їхнього навчання [2]. Використання даного методу вимагає від викладача професійних комунікаційних навичок створення умов для аналізу різних точок зору та приведення їх до єдиного висновку (рішення). Фактично, вирішення проблемної ситуації – це завжди творча діяльність, результатом якої є дві складові: 1) отримання конкретного знання, уміння чи навичку; 2) емоційне переживання успіху та задоволення результатом. Основною проблемою для цього методу навчання є підбір юридичного казусу. Проблемна практична ситуація повинна відповідати певним умовам: викликати інтерес; повинна бути доступною для розуміння студента; повинна лежати в «зоні найближчого розвитку» [3, с. 33]. Вирішення юридичного казусу повинно давати предметне знання відповідно до навчальних планів і програм та розвивати професійне мислення.

Отже, поетапне оволодіння предметом дисципліни передбачає проведення інтегрованих занять з використанням різних форм роботи. Комбінація використання різних навчальних інноваційних методів сприяє кращому засвоєнню матеріалу та ефективнішому оволодінню студентами-юристами методиками вирішення практичних задач в сфері захисту прав споживачів. Кожен з цих методів несе своє навантаження і зацікавлює студента для подальшої пізнавальної діяльності, вчить послідовності, логічності, ґрунтовності, вмінню аналізувати, виділяти основне, приймати рішення, навіть у критичних ситуаціях.

Список використаних джерел

1. Мікічурова О. В. Інноваційні методи підготовки юристів у вищих навчальних закладах / Інноваційні методи організації освітнього процесу для здобувачів юридичної освіти в Україні та країнах ЄС: Зб. матер. міжн. наук.-метод. стажування, м. Люблін, Республіка Польща, 20 січня – 28 лютого 2020 р. С. 76-78.

2. Азарова Н. Інтерактивні технології навчання майбутніх правників. Електронний ресурс. URL : http://gkobernik.at.ua/load/programka_konferenciji_18_11_2010/1-1-0-1

3. Бровченко Т. І. Активні методи формування вмінь і навичок юристів / Інноваційні методи організації освітнього процесу для здобувачів юридичної освіти в Україні та країнах ЄС: Зб. матер. міжн. наук.-метод. стажування, м. Люблін, Республіка Польща, 20 січня – 28 лютого 2020 р. С. 31-34.

УДК 159.92

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПСИХІЧНИЙ СТАН ЛЮДИНИ

СЕРГІЙ ЯНКОВ, ВІТАЛІНА ЯРОЩУК

*Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова,
Україна*

Інформаційні технології оточують нас весь час. Саме вони є відчутним результатом науково-технологічної революції за останні роки. Впровадження технологічних інновацій у суспільне життя, систему освіти та медицину, безумовно, приносить дуже суттєві результати та має позитивну оцінку фахівців цих галузей та широкому загалу.

Соціальні мережі є природним наслідком розвитку Інтернету. Нині життя у соціальних мережах стало звичайним явищем у підлітків та молодих людей. Інтенсивне зростання користувачів цифровими технологіями та створення нових комп'ютерних пристроїв явно випереджає накопичення знань про вплив інформаційного середовища на психіку та мозок людини, які формуються та розвиваються у цих відносно нових умовах.

Перше, що впливає на психологічний стан людини – це комп'ютери, Інтернет та ігри, які є першими та найріднішими «друзями» молодого покоління. З комп'ютерними іграми минає дитинство сучасних дітей, які проводять весь свій час у віртуальному світі, нехтуючи друзями, спортом та здоров'ям.

Загрози інформаційно-психологічної безпеки мають певну класифікацію, до яких відносять аспекти, виражені у таких формах: нанесення шкоди здоров'ю людини; блокування на неусвідомленому рівні волі, волевиявлення людини, штучне привиття їй синдрому залежності; втрата здатності до політичної, культурної, моральної самоідентифікації людини; маніпуляція суспільною свідомістю; руйнування єдиного інформаційного і духовного простору;

порушення життєво важливих інтересів особистості, суспільства, держави [2, с. 691].

Найвідомішими психічними розладами, спричиненими комп'ютером та іграми, є так звана комп'ютерна залежність. Люди, схильні до комп'ютерної залежності, відрізняються від інших, які адекватно та раціонально відносяться до використання комп'ютерних технологій.

З появою ознак комп'ютерної залежності, яка поширюється все більше і більше, науковцями було виділено певні критерії, за якими можна було точно встановити, що у людини присутній такий вид впливу на психічне становище. Серед них є: не здатність запланувати час, до тих пір, поки людина не завершить гру на комп'ютері; дратівливість у разі неможливості користуванням комп'ютером; витрачання великої кількості грошей, щоб оновлювати програми на комп'ютері та купувати нові ігри; порушення графіка харчування та сну, нехтування своїм здоров'ям; харчування відбувається без відриву від комп'ютера; відчуття емоційної піднесеності у разі гри; відчуття ейфорії; перебування у роздратованому, агресивному стані; шантаж у разі заборони користуванням комп'ютером.

Для людей з індивідуалізованою формою залежності такі перспективи набагато більш реальні. Це екстремальна залежність, коли порушуються як нормальні людські зв'язки, так й взаємодія зі зовнішнім середовищем. Основні механізми роботи психіки виходять з ладу, і вони починають чинити опір впливу віртуальної реальності, а не матеріальному світу. Ці люди часто грають поодиноці, і це бажання знаходиться на тому ж рівні, що й основні фізіологічні потреби. Надмірна комп'ютерна залежність подібна до наркотику. Якщо вони не приймають його якийсь час, то стають незадоволеними, страждають від негативних емоцій та впадають у депресію. Це клінічний випадок, психопатологія чи спосіб життя, що веде до патології [2, с. 692].

Недостатній обсяг матеріалів з нейрофізіологічних підстав понад захопленість відеоіграми та Інтернетом не дозволяє обґрунтувати причини формування адикцій у незначній частині підлітків та молодих людей, що наголошує на важливості вивчення психофізіологічних та фізіологічних механізмів, які виявляються найбільш чутливими до впливу інформаційних факторів середовища.

Таким чином, базові механізми психіки порушуються і починають чинити опір впливу віртуальної реальності, а нематеріального світу. Ці люди часто грають на самоті, і їхні потреби знаходяться на тому ж рівні, що й базові фізіологічні потреби.

Проте, варто пам'ятати, що інформаційні технології мають і позитивний вплив на психологічну стійкість. Наприклад розвивається позитивне соціальне середовище, знайоме оточення, підвищена самооцінка, хороше ставлення до себе, самоактуалізація та самовираження, відповідність між сьогоденням і собою - бажаним, віра і духовність, позитивні емоції, відчуття життя і сенс життя, віра і духовність, позитивні емоції, відчуття мети в своєму існуванні та багато іншого. У житті будь-якої людини наявність або відсутність та розвиток цих якостей матиме значний вплив на її світогляд та поведінку у майбутньому [3, с. 170].

Отже, можна зазначити, що для психічного здоров'я найбільшою є небезпека від інформаційного впливу, що полягає у виникненні адикції – комп'ютерної та Інтернет-залежності. Вона ж у свою чергу, спричиняє затримку соціального й емоційного розвитку. Як наслідок такого впливу, ми можемо отримати суспільство індивідів, нездатних взаємодіяти, мислити колективно, бачити світ очима інших людей. Тому варто пам'ятати про психологічну стійкість - рису особистості, яка формується одночасно з розвитком людини і залежить від типу нервової системи, характеру, досвіду, професійної підготовки, навичок і вмінь у поведінці людини.

Список використаних джерел

1. Значимість психології в житті сучасної молоді та вплив сучасних інформаційних технологій на їх психологічний стан. URL: <https://nauka-online.org/content/znachymist-psyhologiyi-zhytti-suchasnoyi-molodi-vplyv-suchasnyh-infrmacyunyh-tehnologiy-yih>
2. Матеріали IV міжнародної науково - практичної конференції. Вплив сучасних інформаційних технологій на психологічний стан особистості. Львів: 2022. С. 691-693
3. VII міжнародна науково - практична конференція. Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку XXI століття. Одеса: 2018. URL: https://ontu.edu.ua/download/konfi/material_konf_ekonom-19.pdf#page=169
4. Шинкарук Оксана, Імас Євгеній, Денисова Лоліта, Костюкевич Віктор. Вплив інформаційно – комунікативних технологій на фізичне та психічне здоров'я людини. Київ, Вінниця: 2018. URL: <https://sport.vnu.edu.ua/index.php/sport/article/view/1975/1767>

УДК 004 + 338.48 + 378

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНИХ ЗАСОБІВ НАВЧАННЯ НА ЯКІСТЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ (НА ПРИКЛАДІ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ 241 «ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА» ТА 242 «ТУРИЗМ»)

ТЕТЯНА ЧАЙКА

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Україна

Відповідно до підкритерію 4.1 критерію 4 Положення «Про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти», «форми та методи навчання і викладання сприяють досягненню заявлених у освітній програмі цілей та програмних результатів навчання, відповідають вимогам студентоцентрованого підходу та принципам академічної свободи» [1].

Принципи академічної свободи передбачають у тому числі й свободу викладача у виборі педагогічно обґрунтованих форм, методів, прийомів та засобів навчання [2].

Таким чином, ми бачимо, що критерії оцінювання якості освітньої програми та якості викладання передбачають, у тому числі, наявність правильного і

обґрунтованого вибору форм, методів, прийомів, засобів навчання. А цей вибір, у свою чергу, безпосередньо залежить від компетентності і відповідального підходу викладачів вищої школи.

Сучасні інноваційні засоби навчання можуть суттєво сприяти підвищенню ефективності засвоєння навчального матеріалу та формуванню відповідних загальних і професійних компетентностей студентів.

Інформаційні технології надають величезний вибір інструментів, які можна використовувати в навчальному процесі. Проте слід пам'ятати, що застосування конкретних реалізацій інформаційних технологій у кожному конкретному випадку має бути логічно і методично обґрунтовано [3].

Перелічимо основні, на наш погляд, принципи, якими доцільно керуватися під час вибору конкретних засобів забезпечення навчального процесу:

- відповідність поставленому навчальному завданню;
- відсутність зайвої складності;
- застосовність у подальшій професійній діяльності молодих спеціалістів.

Іншими словами, ми повинні намагатися обрати той засіб, який повною мірою може забезпечити поставлене завдання, але при цьому не потребує зайвих трудових чи навчальних зусиль. Крім того, важливо знати, що в практичній діяльності фахівців даного напрямку цей інструмент або вже застосовується, або з високою ймовірністю буде застосовуватися найближчим часом.

У таблиці 1 представлені додатки *Google*, які ми обрали для вирішення конкретних навчальних завдань відповідно до вищевикладених принципів.

Таблиця 1

Вибір цифрового інструменту для вирішення конкретного навчального завдання

Навчальна задача	Назва цифрового інструменту		
	<i>Google Sites</i>	<i>Google Maps</i>	<i>Google Calendar</i>
Створення студентського портфоліо (studentportfolio)	+		
Створення карти екскурсійного маршруту (sightseeing tour route)		+	
Створення календаря подієвих активності ресторану (restauranteventscalendar)			+

На рисунку 1 як приклад наведено результат складання маршруту тематичної квест-екскурсії з віртуальним гідом «*Німецька культурна спадщина у Харкові. Початок 19 ст.*». Маршрут складений у додатку *Google Maps*.

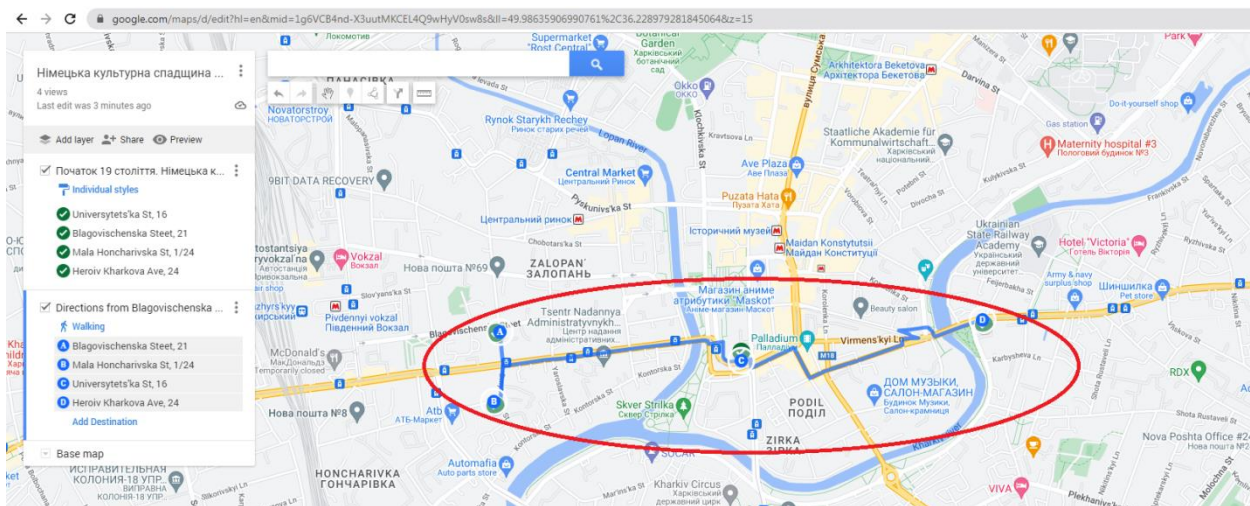


Рисунок 1 Результат побудови маршруту «Німецька культурна спадщина у Харкові. Початок 19 ст.»

Подібні маршрути квест-екскурсій складають студенти НТУ «ХП» спеціальності 242 «Туризм» у рамках вивчення дисципліни спеціальної (фахової) підготовки «Організація туристичних подорожей і екскурсійної діяльності», а також студенти спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» у рамках вивчення дисципліни вільного вибору профільної підготовки «Планування туристичних подорожей і екскурсійної діяльності».

Обґрунтованість вибору додатку *Google Maps* для вирішення навчальних завдань такого типу заснована на таких міркуваннях:

- функціонал *Google Maps* містить усі опції, які є необхідними для вирішення поставленого завдання: наявна можливість створювати карту користувача та її шари; додавати локації; додавати текстову та візуальну інформацію про локації; будувати маршрути за обраними локаціями; використовувати надану додатком докладну інформацію про топологію, довжину і тривалість маршруту для проектування параметрів квест-екскурсії. Таким чином, функціонал *Google Maps* повністю відповідає поставленому завданню;

- додаток *Google Maps* має інтуїтивний інтерфейс, дизайн робочої області відповідає вимогам ергономічності та дозволяє швидко і без зайвих зусиль виконувати поставлені завдання. Таким чином, ми можемо констатувати відсутність зайвої складності цього цифрового інструменту;

- дослідження і аналіз сучасних успішних практик створення та просування ІТ-продуктів, що спеціалізуються на квест-екскурсіях з віртуальним гідом, дозволив зробити висновок про те, що додаток *Google Maps* дуже часто використовується для вирішення практичних завдань даної спрямованості. Завдяки зручності та поширеності використання, наявності необхідного функціоналу, безкоштовності (або часткової безкоштовності), додатки *Google* часто застосовуються в практичній діяльності фахівців індустрії туризму та гостинності.

Підсумовуючи, слід зазначити, що вибір форм, методів, прийомів та засобів навчання є одним з чинників безпосереднього впливу на якість вищої освіти.

Список використаних джерел

1. Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти: затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 р. №977. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0880-19#n14>
2. Маслова Н. Г. Зміст і структура академічної свободи з урахуванням ролі відповідних суб'єктів у науково-освітньому процесі. *Форум права*. 2012. №4. С. 646-652. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/FP_index.htm_2012_4_105
3. Адонін С. В., Куряча Н. В. Сучасні методи викладання з використанням інформаційних технологій. *Ефективна економіка*. 2021. №4. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.4.85>

УДК 378

ОСОБЛИВОСТІ ВСТУПНИХ КАМПАНІЙ В УКРАЇНІ У ПЕРІОД 2018-2022 РОКІВ

ОКСАНА ВАСИЛИК, АНДРІЙ ВОЛОШИНОВИЧ

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Основу будь-якої професії становить освіта. У свою чергу, сталість та стабільність освітньої системи створюють умови для успішного розвитку та самореалізації кожної людини. Спершу пандемія Covid-19, а згодом і повномасштабне вторгнення РФ на територію України, дестабілізували та ускладнили, а на деяких територіях зробили неможливим, освітній процес у нашій країні. Учням, студентам та їхнім батькам довелося шукати альтернативних шляхів отримання якісної освіти, як передумови для здобуття навичок та вмінь, необхідних в житті. У зв'язку з вищезгаданими проблемами, вступні кампанії в Україні останніх років набули нових викликів та труднощів.

Саме тому, перед нами постало завдання проаналізувати особливості вступних кампаній в Україні в період 2018-2022 років, визначити найбільш популярні спеціальності серед випускників та дослідити, яке було ставлення студентів до вступу за кордон до пандемії та війни.

Результати вступних кампаній у 2018-2022 рр. подано у таблиці 1.

Таблиця 1

Кількість прийнятих осіб на навчання у 2018-2022 роках

Навчальний рік	Кількість прийнятих осіб на навчання – усього	Абсолютний приріст, осіб	Темп росту	Темп приросту, %
2018/19	310,326	-	-	-
2019/20	297,142	-13,184	0,958	-4,2
2020/21	277,057	-20,085	0,932	-6,8
2021/22	238,218	-38,839	0,860	-14
2022/23	225,992	-12,226	0,949	-5,1

Джерело: розраховано автором на основі [1], [2]

Для аналізу було взято кількість осіб прийнятих на навчання, тобто особи, уперше прийняті до ЗВО (без тих, що продовжують навчання з метою здобуття більш високого освітнього ступеня (освітньо-кваліфікаційного рівня)). Загалом, спостерігається тенденція до зниження показника. За період 2018-2022 рр. кількість прийнятих осіб на навчання знизилася на 84 334 особи. Найбільший спад кількості абітурієнтів припав на 2020/21 та 2021/22 навчальні роки, тоді кількість прийнятих осіб на навчання знизилася на 20 085 та 38 839 осіб, тобто на 6.8% та 14% порівняно з минулими роками відповідно.

Причинами зниження кількості студентів найперше є труднощі та проблеми, викликані пандемією Covid-19 та війною в Україні, і вже як наслідок – негативний ефект від дистанційного навчання, політична нестабільність в країні, непристосованості дітей до різких змін у суспільстві, зниження народжуваності та економічного рівня життя українців, нові правила складання іспитів, тощо.

Через військову агресію РФ проти України, вступ-2022 видався найбільш тривожним і складним за всі попередні роки, проте, незважаючи на це, студентами стали понад 600 тисяч абітурієнтів, зокрема закладів вищої освіти – майже 415 тисяч осіб. З них понад 225 тисяч осіб зараховано на бакалаврат, як уже згадувалося вище, та майже 189 тисяч осіб – до магістратури. На бюджеті буде навчатись понад 118 тисяч студентів. Ще понад 100 тисяч осіб стали студентами коледжів. До закладів професійної освіти на перший курс зараховано понад 85 тисяч осіб [3].

Також, можемо виділити ще декілька особливостей вступу-2022:

- станом на жовтень 51 університет зазнав російських ударів ракетами та артилеріями [4];

- за результатами вступної кампанії понад 10 тисяч учасників НМТ отримали 200 балів принаймні з одного іспиту [5];

- 46% ЗВО застосовували змішану форму навчання, а 43% навчалися дистанційно [6];

- згідно з даними Держстату, вища освіта у вересні 2022 року подорожчала на 7,2%;

- у результаті вступної кампанії 2022 року магістратури вишів переповнені, а де-не-де замість однієї групи студентів набирають дві чи три. Серед тих, хто вступив, переважають чоловіки 25-40 років [7].

До початку всіх цих подій студенти не мали великого бажання виїжджати з України та навчатися за кордоном. На замовлення аналітичного центру Cedos компанія Info Sapiens у період з 23 жовтня до 15 листопада 2019 року провела опитування студентів 1-х курсів бакалаврату в українських ЗВО, методом особистого інтерв'ю САПІ (computer-assisted personal interviewing). Для даного дослідження було відібрано 2000 студентів першого курсу українських ЗВО, зарахованих на бакалаврат на денну форму навчання на основі повної загальної середньої освіти. За результатами опитування, серед першокурсників бакалаврату 18% планували вступати до університету за кордоном, зокрема 2% навіть подавалися, а решта 16% лише розглядали такий варіант, проте документів не подавали. Натомість решта, які становлять абсолютну більшість, орієнтувалися на навчання в Україні. Серед причин, чому респонденти не бажали вступати за

кордон були: висока вартість навчання (21%), переїзд до іншої країни (15%), вступ на бажану спеціальність в Україні (12%) та брак підтримки родини (11%) [8].

Незважаючи на всі негативні наслідки, студенти обирали українські вузи та бажані їм спеціальності. Завдяки цьому можемо сформувати 5-ку найбільш популярних спеціальностей серед випускників у період 2018-2022 років (рис. 1). У даний період в Україні найпопулярнішими були такі спеціальності як: 035 «Філологія», 081 «Право» та 122 «Комп'ютерні науки», 073 «Менеджмент» та 014 «Середня освіта».

У 2018, 2019 та 2021 роках трійка найбільш популярних спеціальностей – «Філологія», «Право» та «Менеджмент». У 2020-му спеціальність «Право» вибилась на перше місце, а спеціальність «Менеджмент» зайняла другу позицію. За попередніми даними, у 2022 р. найбільш популярною за кількістю поданих заяв стала спеціальність «Право», а за нею «Філологія» та «Менеджмент». У період з 2018-го по 2022-ий п'ятірку найпопулярніших спеціальностей закривали «Комп'ютерні науки» та «Середня освіта», займаючи четверті та п'яті позиції у рейтингу, але у 2022-му спеціальність «Психологія» витіснила «Середню освіту».

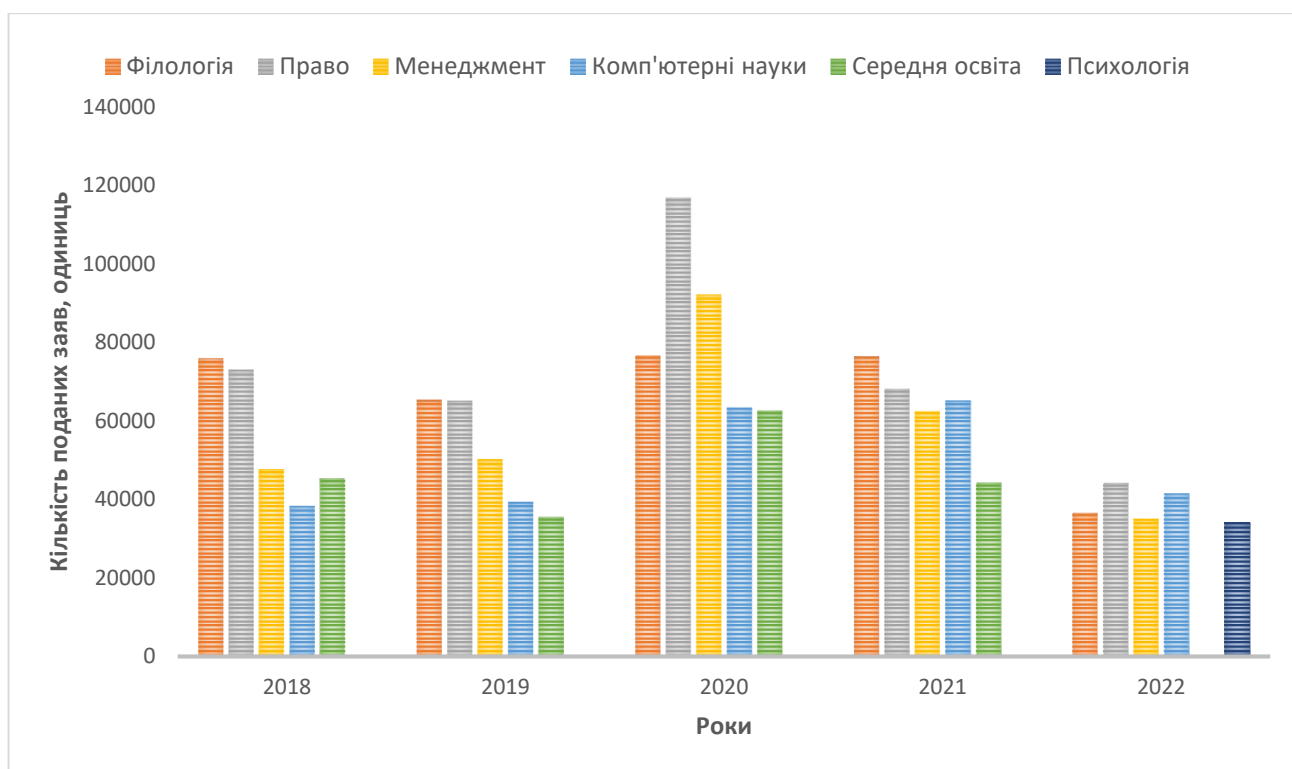


Рисунок 1 Найбільш популярні спеціальності серед випускників у період 2018-2022 рр.

Джерело: розроблено автором на основі [9], [10], [11], [12], [13], [14]

Така популярність даних напрямів пояснюється тим, що, з точки зору абітурієнтів ці професії є досить різноманітними та потрібними на ринку праці, зазвичай мають високу оплату праці, тому можуть бути привабливими для

студентів, які шукають кар'єрне зростання і фінансову стабільність. Не останню роль також відіграє престижність цих спеціальностей.

Отже, досліджуючи вступні кампанії 2018-2022 років, можемо зробити висновки, що кількість студентів щороку знижується. На жаль, пандемія та воєнні дії в Україні, а також інші економіко-демографічні обставини, спричинили такий стан справ у освіті сьогодні. Вступ-2022 видався одним з найважчих та найскладніших моментів у навчальному процесі. Українська молодь вважає «Філологію», «Право», «Менеджмент», «Середню освіту» та «Комп'ютерні науки» найбільш поширеними спеціальностями, у сфері яких вони хочуть працювати. Питання ставлення українських випускників до навчання за кордоном, зважаючи на зміни, зумовлені повномасштабним вторгненням, потребує подальших досліджень.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. Вища та фахова передвища освіта в Україні. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>
2. Міністерство освіти і науки України. Вступна кампанія 2022. Вступ-2022 у даних. 2022. URL: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/arhiv-vstupnoyi-kampaniyi-2017-2020/vstupna-kampaniya-2022>
3. Освіта. ua. Вступ на бакалавра. У 2022 році студентами стали понад 600 тисяч осіб. URL: <https://osvita.ua/consultations/88004/>
4. Цензор. Нет. Усе українське – мішень для росії. 51 наш університет зазнав ударів ракетами й артилерією, - Зеленський. 2022. URL: https://censor.net/ua/news/3376976/use_ukrayinske_mishen_dlya_rosiyi_51_nash_univ_ersytet_zaznav_udariv_raketamy_yi_artyleryeyu_zelenskyuyi
5. Освіта. ua. Зовнішнє незалежне оцінювання. Понад 10 тисяч учасників НМТотримали 200 балів. URL: <https://osvita.ua/test/87587/>
6. Освіта. ua. Вища освіта. У Києві 9 вишів проводять навчання очно. 2022. URL: <https://osvita.ua/vnz/87915/>
7. Фокус. Тривожна жага до знань. Навіщо у ЗВО та коледжі активно вступають чоловіки призовного віку. 2022. URL: <https://focus.ua/uk/economics/534328-postuplenie-2022-itogi-vstupitelnoy-kampanii-rost-sprosa-na-magistraturu-i-povyshenie-cen>
8. Марія Кудеоля, Тетяна Жерьобкіна, Юлія Назаренко. Вибір вищої освіти після школи: звіт за результатами дослідження. Cedos. 2020. URL: <https://cedos.org.ua/researches/vybir-vyshchoi-osvity-pislia-shkoly-zvit-za-rezultatamy-doslidzhennia/>
9. BBC News Україна. Вступ-2018: топ спеціальностей та університетів. 2018. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-44978199>
10. Міністерство освіти і науки України. Вступна кампанія 2020: Умови прийому та організації роботи. 2019. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/vstup-2020/2019/20/prezentatsiyaregionalnanaradavstup2020-onovleno.pdf>
11. Міністерство освіти і науки України. Вступна кампанія 2021: Умови прийому та організації роботи. 2020. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/vstup->

[2021/Informatsiyini%20materialy%202021/28.12.20/Prezentatsiya_Vstupna%20kampaniya%202021_Umovy%20pryomu%20ta%20orhanizatsiya%20roboty.pdf](https://mon.gov.ua/storage/app/media/news/2021/08/17/VSTUP.KAMP.2021-poperedni.pidsumky.17.08.pdf)

12. Міністерство освіти і науки України. Вступна кампанія 2021 року: попередні підсумки. 2021. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/news/2021/08/17/VSTUP.KAMP.2021-poperedni.pidsumky.17.08.pdf>

13. Міністерство освіти і науки України. Попередні результати вступної кампанії 2022 року. URL: <https://mon.gov.ua/ua/news/poperedni-rezultati-vstupnoyi-kampaniyi-2022-roku>

УДК 338.24.021.8

ТРАНСФОРМАЦІЯ ОСВІТИ ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ІРИНА КІНАШ, МАРІЯ БЕРЛОУС

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Сучасний світ переймається проблемами сталого розвитку цивілізації. Освіта стає визначальним чинником забезпечення сталого розвитку. Зростання ролі освіти а розуміється як властивість та якість самої освіти [3]. Закон України «Про вищу освіту» першим принципом державної політики у сфері вищої освіти проголошує «сприяння сталому розвитку суспільства шляхом підготовки конкурентоспроможного людського капіталу та створення умов для освіти протягом життя» [4]. Закон України «Про освіту» визначає її мету - «всебічний розвиток людини ... задля забезпечення сталого розвитку України та її європейського вибору» [5].

Трансформація розуміння ОСР проглядається і в чисельних працях зарубіжних та вітчизняних науковців. Так, освіта для сталого розвитку є сутнісною характеристикою суспільства, визначає не лише шляхи його розвитку, а й шляхи його збереження [6]. Стає умовою розвитку країни, гарантом її безпеки, визначає рівень економіки [7]. ОСР – це використання освіти для досягнення стійкості. Освіта для сталого розвитку повинна забезпечити оволодіння знаннями та навичками, що допоможуть зробити розвиток суспільства сталим та сприятимуть розбудові якісного й безпечного життя для сучасних та майбутніх поколінь [8]. Характерними особливостями освіти для сталого розвитку є інтегрований підхід до економічного та соціального розвитку; розуміння різноманітності у всіх її проявах; формування відповідальності за умови життя та навколишнє середовище; розвиток громадянської активності; врахування регіональних, національних та глобальних контекстів; інтегрований процес навчання [9].

Узагальнюючи дослідження в напрямі трансформації освіти в забезпеченні сталого розвитку робимо висновок, що освіта для сталого розвитку в умовах сьогодення має функціонувати як генератор соціальних, екологічних та економічних змін в суспільстві. Екологічний аспект ОСР полягає у формуванні

необхідного рівня екологічної компетентності громадян: засвоєння системи екологічних знань та формування умінь і навичок екологічної діяльності, що є тісно пов'язаною з екологічною свідомістю, екологічним мисленням та екологічними цінностями. Соціальний аспект ОСР відображає умови існування людей у суспільстві, їхній спосіб життя та діяльність і розкриває широку проблематику валеологічної освіти, громадянської освіти, освіти з питань безпеки, гендерної рівності, полікультурності тощо. Тобто соціальний аспект ОСР полягає в розкритті умов життєдіяльності людей та особливостей їхньої взаємодії в контексті досягнення сталого розвитку. Економічний аспект ОСР пов'язаний з розкриттям питань щодо сталих суспільно-виробничих відносин та сталого господарського життя, у тому числі й індивідуальної господарської діяльності.

За матеріалами наших досліджень в закладах освіти України на початок 2021/22 н.р. навчалися близько 1609,9 тис. здобувачів (табл.1).

Таблиця 1

Динаміка основних показників розвитку освіти в Україні

Показники	2011	2013	2015	2017	2018	2019	2020	2021
Середні навчальні заклади тис. од.	20,3	19,7	17,6	16,8	16,2	15,5	15,2	14,9
Чисельність учнів, тис. осіб	4299	4222	3757	3846	3922	4042	4138	4211
Професійно-технічні навчальні заклади, од.	976	972	814	787	756	723	711	694
Чисельність учнів, тис. осіб	434	423	316	286	269,4	255,0	246,9	250,3
Заклади вищої освіти, в т.ч.								
Коледжі, технікуми, училища, од.	371	478	501	511	528	370	338	337
У них студентів, тис. осіб	208,6	230,1	329	356,8	361,5	199,9	173,6	282,3
Університети, академії, інститути, од.	345	325	288	289	282	281	281	281
У них студентів, тис. осіб	1723,7	1723,7	1375,2	1330,0	1322,3	1266,1	1142	1046,7
Кількість аспірантів, осіб	34192	31482	28487	24786	22829	25245	25356	26394

Джерело: складено на основі [10].

Це вказує на значний потенціал освіти в контексті формування знань та вмій стосовно стійкості. Особливістю освіти для сталого розвитку є: інтегративність, випереджувальний характер, інклюзивність, неперервний характер, практикоорієнтованість, вплив на формування цінностей особистості. Розкриємо більш детально ці особливості.

Інтегративність ОСР полягає в поєднанні різних напрямів освіти. Так, в освіті для сталого розвитку ідеї екологічної освіти доповнюються такими напрямами освіти, як глобальна освіта, громадянська освіта, правова освіта тощо. А реалізують її основні завдання не лише заклади формальної освіти, а й неформальної освіти.

Випереджувальний характер ОСР зумовлений її футуристичністю та орієнтуванням на формування багатоцільових умінь і навичок. Такі навички, на відміну від спеціальних формуються та удосконалюються протягом усього життя. До них належать такі: міжособистісного спілкування, аналітичні навички, організаційні навички, особистісні якості.

Однією з особливостей ОСР є її *неперервний характер*, що забезпечує можливість постійного оновлення знань, розвитку навичок, інтелекту, формування ціннісних орієнтацій протягом усього життя людини. Чинником неперервної освіти для сталого розвитку є суспільна потреба формування нового типу свідомості та культури громадян та зростання їхнього особистісного потенціалу для забезпечення суспільних змін щодо сталого розвитку на всіх вікових етапах розвитку особистості.

Інклюзивність як одна з характеристик ОСР полягає в охопленні всіх громадян освітою для сталого розвитку без фокусування на расових, статевих, класових, вікових, географічних та інших відмінностях осіб та соціальних груп. Окрім того, ОСР є *практико орієнтованою*. Важливе значення для ОСР мають ті знання та уміння, що сприяють практичному вирішенню суспільних проблем на локальному рівні, а також формуванню сталої поведінки в довкіллі.

Вплив ОСР на формування цінностей особистості. Трансформація суспільства у напрямі сталого розвитку є неможливою без зміни системи цінностей. Саме через трансформацію власної поведінки індивідів, всі разом сприяють сталому розвитку.

Таким чином, у сучасних умовах розвитку суспільства, що характеризуються глобалізацією значення освіти змінюється: вона має забезпечити підготовку особистості до вирішення гострих викликів сьогодення та попередження їхнього виникнення в майбутньому. Якщо освіта є одним із визначальних чинників забезпечення сталого розвитку суспільства, то її невід'ємною властивістю повинна стати орієнтованість на досягнення сталості суспільства.

Список використаних джерел

1. Bonn Declaration, adopted in Bonn, Germany on 31 March to 2 April 2009. Database UNESDOC. URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001887/188799e.pdf>
2. Aichi-Nagoya Declaration on Education for Sustainable Development, adopted in Aichi-Nagoya, Japan, from 10 to 12 November 2014. URL: [un.org/content/documents/5859AichiNagoya_Declaration_EN.pdf](http://unesdoc.unesco.org/content/documents/5859AichiNagoya_Declaration_EN.pdf)
3. Инчхонская декларация и Рамочная программа действий по осуществлению Цели 4 в области устойчивого развития. URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002456/245656r.pdf>
4. Закон України «Про вищу освіту». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
5. Закон України «Про освіту». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>.
6. McKeown R. Education for Sustainable Development Toolkit. Paris: Printed in UNESCO's workshop, 2006. 130 с.
7. Сисоева С. О. Сфера освіти як об'єкт дослідження. *Польсько-український щорічний «Освітологія»*. К.: ВП «Едельвейс». 2012. Вип. I. С. 22 – 29.
8. Tilbury D., Wortman D. Engaging People in Sustainability. Gland: IUCN, 2004. 137 p.

9. Andersone R. The Content Reform of Education for Sustainable Proceedings of the International Scientific Conference. Jelgava: LLU, 2015. Вип.8 Р. 75–81.
10. Державна статистика України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

УДК378.014

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ОКСАНА КОНДУР, ОКСАНА ЦЮПА

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

Модель цивілізаційного розвитку третього тисячоліття сформується через механізм системи освіти та науки для сталого розвитку. Тому реформування системи вищої освіти має відбуватись в напрямку забезпечення «сталих» моделей раціонального споживання і виробництва, які передбачають свідоме самообмеження суспільства у зростанні кількості відносних потреб.

Світове лідерство інституцій освіти щодо розвитку, забезпечення, підтримки поступу та захисту суспільства для сталого розвитку задекларовано ректорами понад 22-ох університетів у Таллуарській декларації (1990 р.) [1] та узгоджено керівниками понад 400 закладів вищої освіти (ЗВО). Цей документ є планом дій щодо запровадження та реалізації принципів сталого розвитку в усіх видах діяльності ЗВО: освітньо-наукової, інноваційної, міжнародної, соціальної, адміністративно-господарської.

Асоціація університетських лідерів для сталого суспільного майбутнього (ULSF, США) визначила провідну роль інституцій у розвитку освітніх систем і наукового пізнання для формування стратегічної геополітики й інформаційного обміну, рекомендувала створювати комітети або робочі групи з розроблення політики поступу до сталого розвитку у ЗВО для моніторингу ініціатив планів дій. ULSF, проповідуючи геополітичну поінформованість, екологічне просвітництво щодо питань сталості, забезпечення ноосферної суспільної свідомості шляхом доступу громадськості до інформації зі сталого розвитку, формування ноосферологічної культури сталості, виховання природоощадного ставлення соціуму до навколишнього середовища, сприяння екологічній обізнаності, розроблення та впровадження екологічних програм розвитку (зі залученням громадськості, науковців, політиків, управлінців, експертів), реалізацію екосистемного та комплексного підходів у співпраці ЗВО із навчальними та виховними середніми закладами, пропаганду екологічного просвітництва, вважає, що сучасна філософія освіти й науки, стратегія реформування освітньої сфери вимагають принципово нових наукових досліджень, обґрунтованого і послідовного запровадження нових науково-педагогічних технологій.

Стратегія вищої освіти для сталого розвитку передбачає перехід від простої передачі знань і навичок до підготовки усіх категорій людей, в першу чергу управлінців, до системних дій з організації планування соціально-економічного

розвитку та набуттям навичок передбачення екологічних наслідків щодо прийнятих екологічно орієнтованих управлінських рішень і зобов'язань відповідальності, зокрема в галузі збереження стійкості природних екосистем і соціальних установ. Вища освіта виступає головною передумовою досягнення сталого розвитку і ефективним інструментом суспільно-економічного, природоресурсного, природоощадного управління та розвитку демократії. Перебудова освітніх систем в кожній країні має орієнтуватись на сприяння розвитку у населення креативного екологічного мислення, вихованню толерантності, порозуміння демократичних форм, можливості прийняття узгоджених рішень і участі у виконанні накреслених планів [2].

Основне завдання освіти для сталого розвитку полягає у формуванні ноосферологічної свідомості людей, необхідності забезпечення узгодженого способу життя з принципами сталого розвитку: бути більш інформованими, моральними і відповідальними до можливостей майбутніх поколінь задовольняти свої потреби. Принципи збалансованого природокористування передбачають перехід до самообмеження виробництва та споживання, для створення справедливих, миролюбних сталих суспільств. Тому в освітній процес у ЗВО необхідно запроваджувати нетрадиційні теми, підходи і методи для того, щоб навчити ставити завдання та вирішувати комплексні соціально-екологічні проблеми. Через модернізацію освітніх програм і методів викладання впроваджувати міждисциплінарний системний аналіз якості складових довілля та суспільного розвитку, ефективність управління ними.

Освіта для сталості еволюціонує в геосферних, геополітичних, транскордонних масштабах, спонукає до реалізації нової стратегії світового освітнього процесу, основні компоненти якої:

- сприяння доступності до водних джерел та санітарії;
- забезпечення загального доступу до сталого енергопостачання;
- забезпечення сталого економічного зростання, зайнятості впродовж життя (в т.ч. працівників сфери освіти і науки);
- сприяння сталій інноватиці через реалізацію цілей у ланцюгу «освіта – наука – виробництво»;
- впровадження сталих моделей раціонального споживання і виробництва;
- забезпечення гендерної рівності для реалізації прав жінок у здобутті освіти та дослідництві у наукових дослідженнях, профстановленню, а також самореалізації і самовдосконаленні впродовж життя;
- сприяння створенню мирних і вільних від соцбар'єрів товариств в інтересах сталого розвитку, забезпечувати доступ до правосуддя.
- зміцнення засобів досягнення сталого розвитку та активізація роботи механізмів Глобального партнерства в інтересах сталого розвитку [4].

ООН визнає важливість ролі освіти в досягненні Цілей сталого розвитку, декларуючи, що до 2030 року країни повинні забезпечити, щоб усі здобувачі освіти «набули знань і навичок, необхідних для сприяння сталому розвитку, в тому числі, серед іншого, через освіту для сталого розвитку та сталого способу життя, прав людини, гендерної рівності, просування культури миру та

ненасильства, глобального громадянства та оцінки культурного розмаїття та внеску культури в сталий розвиток» [5, с. 19].

Список використаних джерел

1. The Talloires Declaration, 1990 [Електронний ресурс] – режим доступу: http://ulsf.org/wp-content/uploads/2015/06/Russian_TD.pdf
2. Стратегія реформування освіти в Україні: Рекомендації з освітньої політики. Київ: „К.І.С.”, 2013. 296 с.
3. Енергетична стратегія України на період до 2030 року. [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://de.com.ua/uploads/0/1703-EnergyStratagy2030.pdf>
4. Мультимодусні засади післядипломної освіти для сталого розвитку. [колективна монографія] / за заг. редакцією Рідей Н.М., Сергієнко В.П. – Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2017. 641 с.
5. United Nations (2015), Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, New York. [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld/publication>

УДК 614.254:001

ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ АГРАРНОЇ ОСВІТИ ПРИ ВИКЛАДАННІ ФАХОВИХ ДИСЦИПЛІН ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

СВІТЛАНА ЗОЛОТАРЬОВА

Державний біотехнологічний університет, Україна

Сьогодні кожен українець розуміє цінність робітничих професій для відбудови нашої країни. Розвиток конкурентоспроможності професійної освіти є одним із пріоритетів у Програмі відновлення України. Адже саме майбутні випускники професійно-технічних закладів будуть залучені до відбудови України і подальшого розвитку її економічному потенціалу. Тому необхідно проаналізувати стан та проблеми функціонування професійної освіти в умовах війни та визначити шляхи їх вирішення.

Події, що відбулися останніми роками, викликали череду змін як у всьому світі, так і в Україні, не тільки у державних і міжнародних відносинах, але й у суспільному ставленні до їх (подій) наслідків.

Першою значущою подією стала діджиталізація суспільства. Людство поринуло до світової павутини, яка змінила уявлення щодо методів здобуття інформації, способів спілкування, соціальні звички.

Друга подія – глобалізація. Великі корпорації та компанії почали залучати до свого штату людей з різних частин світу, створюючи мережу своїх представництв у інших країнах.

Третя подія – вихід навчальних закладів на новий рівень надання знань – за допомогою використання інноваційних методів навчання. В он-лайн режимі залучені студенти могли бути присутніми на лекціях в коледжі або університеті

не тільки у сусідньому місті, а навіть на іншому континенті, отримувати завдання та здавати їх у зручний час.

Четверта – світова пандемія коронавірусу. Закриття цілих країн на карантин призвело до спаду виробництва товарів, живого спілкування між людьми, однак посприяло розвитку електронних онлайн-платформ, які почали використовувати не тільки для бізнес-спілкування, але й у навчальному процесі.

З невеликим відставанням від розвинених країн усі ці процеси прийшли й до України. І було б дивно, якби ми не оминули їх, і не використовували у своєму професійному і побутовому спілкуванні для вирішення актуальних питань.

Останніми роками в Україні проводяться реформи в освітній сфері. Звичайно, що виникають певні проблеми при переході на новий формат навчання, які необхідно вирішувати не тільки на рівні закладів, але й держави.

Алгоритм постановки проблем професійної агроосвіти в Україні включає до себе такі аспекти:

1. Дистанційне навчання в кризових умовах (пандемія, військовий стан).
2. Матеріально-технічне забезпечення процесу навчання (застаріле обладнання, приватні сільськогосподарські та переробні підприємства).
3. Викладацькі кадри.

На нашу думку, вирішити ці основні проблеми під час викладання фахових дисциплін за напрямом агровиробництва можна наступними шляхами

1. Необхідно використовувати у практиці інноваційні підходи навчання – за допомогою інтерактивних, імітаційних методів, крос-дискусій та методу проектів. Для цього потрібно створювати якісний відео-контент. Проте навряд держава зможе централізовано виділити на це кошти, і окремий університет також. Тому вирішення цього питання, у більшості випадків, відбувається власними силами – із залученням студентів, колег із закордонних установ.

2. Необхідно періодично оновлювати викладацький склад не тільки у вищих навчальних закладах, але й у професійно-технічних (це дозволить зберегти баланс між досвідом та сучасним поглядом на викладання предметів і розвиток аграрної та переробної галузей. Велика кількість наших студентів мають закордонний досвід роботи у цих галузях і вони можуть на власному прикладі показати, як краще організувати роботу підприємства.

3. Також необхідно активно залучати до проведення лекцій та практичних занять професійних науковців з профільних кафедр та науково-дослідних інститутів. Це дозволить підняти рівень знань студентів; ознайомити студентів з інноваційними розробками вітчизняних вчених; допоможе сформувати у подальшому базу для проведення наукових досліджень у тих господарствах, де будуть працювати випускники професійної освіти.

Співпраця з науковцями дозволить залучати наших студентів до проведення реальних науково-дослідних робіт в реальних умовах. Це буде сприяти краще адаптуватися студентам до наукової роботи і підвищить рівень бажаючих продовжити свою освіту у магістратурі і аспірантурі, підвищить рівень бакалаврських і магістерських випускних робіт; дозволить публікуватися у фахових виданнях в Україні та за кордоном; і найголовніше, – це вирішення проблеми з застарілою матеріальною базою. Адже дослідження проводяться у

дослідних господарствах інститутів системи Національної академії аграрних наук та передових господарств галузі. З науковцями також легше одержати доступ до підприємств переробної промисловості.

Таким чином, сьогодні професійна аграрна освіта повинна виходити на новий рівень. Цьому сприятиме співпраця провідних науковців та вищих навчальних закладів.

UDC 338

EDUCATION FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT: IMPLEMENTING OF EU EXPERIENCE

SVITLANA LUKASH

Sumy national agrarian university, Ukraine

According to the UNESCO (2014), “Education for Sustainable Development (ESD) allows every human being to acquire the knowledge, skills, attitudes and values necessary to shape a sustainable future”. Education for Sustainable Development includes into teaching and learning key issues for sustainable development, as well as requires participatory that motivate learners for changing their behaviour and take action for sustainable development. ESD teaching and learning methods are practically oriented and approach for achieving competencies such as critical thinking, diversity, imagining future scenarios, making decisions in a collaborative way and changes. According to the Council of the European Union (2010), “ESD is essential for the achievement of a sustainable society and is therefore desirable at all levels of formal education and training, as well as in non-formal and informal learning”. ESD directs to develop the knowledge and skills about participating in decision-making both individually and collectively, locally and globally, how to improve the life quality to save the planet, minimizing it’s damaging for the future. From this point of view, aspects of sustainability or sustainable development more or less relevant should be included to each disciplinary area and adapted as “entry points” to develop sustainability education further. So, in economic sciences should be considered issues of:

- Environmental sustainability (climate changes, biodiversity, environmental technology and innovation, facing the global changes in food and agriculture, waste/water/ energy, natural resources management, integrated ag systems etc.);
- Economic sustainability (entrepreneurship and business planning in global changes, leadership and changes, globalization of economy, global consumerism and trade, accountability etc.);
- Social sustainability (corporate social responsibility, sustainable communities, cultural diversity, intercultural communications, conflict resolving, government and democracy, human rights and needs, population growth etc.).

The problem is also actualized by the fact that teachers of non-pedagogical universities in professional training do not have a sufficient psychological and pedagogical cycle of disciplines. There is no correct pedagogy for sustainability

education. Therefore, the problem arises of improving the professional skills of university teachers, implementing effective practices for improving teaching, mastering modern information tools and teaching methods.

Digitization of the educational process in the conditions of a dual form of education with the aim of improving teaching at the University, its separate units and at the workplace. After all, it is the improvement of learning and teaching that is the driver of institutional quality assurance of the educational process and will contribute to the further employment of graduates through their acquisition of competencies that are especially in demand for employment.

The main aim for educational institution for ESD implementation - improving the quality of the educational process, increasing the level of pedagogical skills of teachers and specialists at the workplace for Sustainable Development of education with the use of digital technologies. In this

Implementation of the ESD in the educational process will provide the following results for the “Teachers” as a target group:

- strengthening of direct connections between higher educational institutions; deepening of inter-institutional relations;

- creation of the Center of ESD of the institution as a platform for sharing experience, best practices for improving methods and teaching/learning technologies for ESD;

- conducting seminars/webinars between project partners in the areas of ESD for presentation and exchanging of accumulated experience from partner institutions;

- developing pedagogical tools for sustainable development, such as critical reflection, systemic thinking and analysis (use of real-world case studies and critical incidents, project-based learning), participatory learning (group or peer learning, developing dialogue, experiential learning, action research/learning to act, case studies); thinking creatively for future scenarios (using role play, futures visioning, problem-based learning); collaborative learning.

Implementation of the ESD in the educational process will provide the following results for the target group “Students”:

- The development of a virtual environment that can be easily accessible to students using personal devices and can offer valuable help in overcoming the logistical difficulties that can be determined for various reasons, inaccessibility and continuity of learning in the presence;

- overcoming gaps in teacher-student interaction in unforeseen circumstances;

- inclusion in the educational process of new interactive learning methods, dynamism and activation of the educational process.

Implementation of the of the ESD in the educational process will provide the following results for the target group «Administrative personnel»:

- improvement of the educational process due to the active implementation of innovative methods and technologies of education;

- improving the quality and transparency of the educational process;

- increasing the pedagogical and digital competence of teachers;

- development and implementation of teacher training programs on the peculiarities of teaching in the ESD;

- mastering new information and digital tools and teaching technologies for the implementing of ESD;
- improvement of the educational process through the active implementation of innovative methods and technologies of learning and teaching;
- formation of a network of teachers and managers of the university and its separate divisions, ready to implement changes and exchange effective practices for improving teaching;
- strengthening of interdisciplinary ties;
- creation of a platform for professional discussion and exchange of best practices for improving teaching in higher education;
- strengthening cooperation with business in the introduction of the ESD;
- expanding the network of inter-institutional connections;
- support for inclusive education.

УДК [378.4.0-057.87:81'35-13-028.42] (100) «20»

**«ОСНОВИ АКАДЕМІЧНОГО ПИСЬМА» – БАЗОВА НАВЧАЛЬНА
ДИСЦИПЛІНА ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

НАТАЛІЯ КОБЗЕЙ

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

На початку ХХІ століття українські ЗВО зіткнулися з новою реальністю і новими викликами, пов'язаними не лише з нагальною потребою докорінних реформ, а й зі світовими катаклізмами глобального масштабу. Спочатку коронавірусна інфекція 2019-нCoV, що охопила більше шестисот мільйонів людей і за останніми даними забрала майже двадцять мільйонів життів, буквально вибила із колії традиційну українську школу, змусивши її перейти на дистанційну форму навчання. Тепер повномасштабна війна, несучи смерть і руїну, порушує конституційне право громадян України на здобуття якісної професійної освіти. А цього допустити неможна. Потреба у висококваліфікованих фахівцях, здатних адекватного вирішувати професійні завдання, стоїть сьогодні як ніколи гостро. Відбудовувати нашу державу мають професіонали. Тому випускники закладів вищої освіти мають докладати максимум зусиль, щоб з легкістю інтегруватися у професійні та наукові спільноти України та закордону, розвивати свій потенціал, впевнено почувати себе в умовах мінливої економічної, політичної та комунікаційної ситуації в світі.

У наш час неможливо стати професіоналом своєї справи, уникаючи наукових досліджень. Виступи на конференціях, публікації тез і статей, участь в розробці вітчизняних і міжнародних проектів – фундамент успішного розвитку. Сучасні університети покликані стати і стали (!) науковими центрами, у яких дослідницька робота викладачів і студентів є домінуючим фактором для оцінки їх роботи та іміджу. Формування наукової свідомості та мислення виступає одним із пріоритетних освітніх орієнтирів в контексті професійного навчання і реалізується через вивчення нової навчальної дисципліни – «Основи академічного

письма». Предметом її вивчення є українськомовна академічна комунікація, що має на меті сформувати у студентів навички академічної культури, грамотності та письма, вкрай необхідних для успішного провадження наукової роботи.

Роль «академічної майстерності» важко переоцінити. В минулі роки перед здобувачами освіти висувалися лише вимоги – написати доповідь, есе, курсову, дипломну, магістерську роботу. Але системного вивчення спеціальної наукової лексики не було. Так само, як і навчання критично мислити, будувати гіпотези і логічні ланцюжки доказів, аргументувати, простежувати причинно-наслідкові зв'язки, відстоювати власну позицію. Без володіння технікою наукового мислення неможливо сформувати наукову свідомість і розвинути вербальні навички академічної комунікації.

Благо, що Україна, надихнувшись досвідом західноєвропейських країн, США та Австралії, розуміє важливість залучення «Основ академічного письма» до рангу професійних навчальних дисциплін і запроваджує їх вивчення вже з першого року навчання у багатьох університетах. В Івано-Франківському національному технічному університеті нафти і газу – у тому числі. Керівництво нашого університету поділяє думку, що вміння створювати академічний текст необхідне усім без винятку студентам вищих навчальних закладів. А магістрантам і аспірантам, які безпосередньо займаються науковою роботою, – першочергово.

Перед кафедрою «Філології та перекладу», що входить в структуру Інституту гуманітарної підготовки та державного управління ІФНТУНГ стоїть непросте завдання – ознайомити студентів-нефілологів з особливостями писемного наукового мовлення, поглибити їх знання про сучасну українську літературну мову та її конструктивні рівні, розвинути творчі здібності здобувачів освіти та їх науково-дослідний потенціал, підготувати їх до якісного написання наукових, практичних і лабораторних робіт, навчити працювати з літературою і правильно цитувати першоджерела.

Для студентів технічних спеціальностей мова є засобом отримання профільних знань, вона знайомить їх із вітчизняними і світовими науковими досягненнями, допомагає не лише на практиці застосувати отримані навички, а й ділитися ними з широким колом однодумців за допомогою різноманітних жанрів академічного письма. Це можуть бути творчі контрольні роботи, наукові есе, реферати, доповіді, курсові та випускні кваліфікаційні роботи, тези і статті. Всі вони відрізняються між собою ступенем складності та обсягом, а робочою програмою дисципліни передбачено вводити їх у навчання поступово, залежно від змістового наповнення, а також форми і часу виконання. Важливо зазначити, що заняття з академічного письма в ІФНТУНГ відбуваються на тлі домінуючої професійної навчально-наукової діяльності студентів. Основою для конструювання дослідницьких завдань стають підручники, навчальні посібники та довідкова література з профільних дисциплін.

Окрема увага приділяється питанням так званої академічної доброчесності, за якою усі учасники навчальних і дослідницьких процесів мають дотримуватися норм наукової етики. Такі поняття як списування, плагіат, несанкціоноване використання чужих напрацювань є неправомірними і не толеруються в

суспільстві. «Основи академічного письма» повинні переконати всіх учасників навчального і науково-дослідного процесу, що доброчесність і відповідальність є запорукою конкурентоспроможності фахівця не лише в його професійному середовищі, а й в міжнародній сфері наукових комунікацій.

Сучасне суспільство ставить до майбутніх спеціалістів високі вимоги – знайти своє місце в розвинутому, автоматизованому, однак, корумпованому та політично заангажованому «постіндустріальному» світі. Молоде покоління має бути готовим до активних дій, має наполегливо досягати намічених цілей, проявляти творчість і нестандартне мислення, бо лише тоді ринок праці відкриє перед ним свої багатообіцяючі двері.

Отже, базова навчальна дисципліна «Основи академічного письма» – це дієвий інструмент, покладений в основу наукової діяльності, що сприяє підвищенню якості вищої освіти та академічної культури її учасників. Завдяки сучасним технологіям і новітнім методам навчання вона забезпечить високий рівень засвоєння знань і сприятиме покращенню комунікативної підготовки студентів.

УДК 338:512

РОЗВИТОК HARD SKILLS СТУДЕНТІВ-МАРКЕТОЛОГІВ: КЕЙС-ЧЕМПІОНАТИ

**ІРИНА ПЕРЕВОЗОВА, ХРИСТИНА ОБЕЛЬНИЦЬКА, АНГЕЛІНА УЖВА,
ВІКТОРІЯ ШКРОМИДА, АНДРІЙ ПРОКОПІВ, АНДРІЯНА
УСТЯНОВСЬКА, ІВАН РУБАНЯК¹**

Івано-Франківський національний університет нафти і газу, Україна

Реформування національної системи освіти України та сучасні тенденції світової інтеграції роблять питання розвитку особистості пріоритетним. Тому впровадження інтерактивних методів навчання та розвитку має велике значення, оскільки вони є більш ефективним засобом оволодіння сучасними технологіями, підвищення ефективності навчання та якості знань, формування життєвих та професійних навичок сучасної молоді.

Одним з інтерактивних методів, який набув популярності у Великій Британії, США, Німеччині, Данії та інших країнах, є кейс-метод, розроблений британськими вченими М. Шевером, Ф. Ідеєм та К. Йейтсом. Метод посідає важливе місце у світовій практиці вирішення сучасних проблем в освіті. Вперше кейс-метод був застосований в управлінській освіті у відомій своїми інноваціями Гарвардській школі бізнесу в 1910 році, а в Україні почав поширюватися наприкінці 1990-х років як когнітивна акселерація в процесі вивчення природничих дисциплін. В основі кейс-методу лежить концепція розвитку розумових здібностей .

¹ За результатами проєкту

Розв'язуючи кейси діючих сучасних підприємств, можна отримати дуже хороший досвід та вміло його застосовувати у схожих наступних ситуаціях. Адже відкривається можливість на прикладі вчитися вирішувати досить складні, та й нестандартні завдання, критично мислити та аналізувати. Зокрема, приймати рішення відповідно до існуючих обставин та на базі аналізованої інформації конкретних компаній. Окрім того ситуативне завдання розвиває креативність та творчі навички, що актуально для підготовки фахівців у креативних індустріях, зокрема маркетингу. Залучення кейсів у навчання допомагає перенести у практику всі теоретичні знання та поглибити їх. Можливо, навіть, прийдеться зіткнутись з конфліктними ситуаціями, які слід вирішити задля успішного розв'язку завдання, адже рано чи пізно кожен пізнає це у діловому житті (колективі). Саме цей досвід допоможе посилити лідерські навички здобувачів у сфері маркетингу.

Під поняттям «кейс» розуміємо реальну проблемну ситуацію, яку потрібно проаналізувати і знайти рішення [2]. Зокрема такою ситуацією може бути:

- проблема, для якої потрібно знайти рішення;
- невикористана можливість, яку потрібно використовувати;
- ідея, яку потрібно проаналізувати і продумати її реалізацію;
- ситуація, яку потрібно проаналізувати і обговорити.

Як бачимо, зараз кейси використовуються під час навчання в університеті; під час співбесіди на роботу; на масштабних кейс-чемпіонатах.

Щодо останнього. Кейс-чемпіонат – це чудова можливість для студентів випробувати свої знання, отримати нові *hard skills* та підсилити набуті, вирішуючи реальні задачі, а також шанс проявити себе. Тут для ефективного використання кейс-методу створені спеціальні умови кейс-чемпіонату:

- забезпечення достатньо високої складності пізнавальних проблем, які потрібно вирішувати студентам;
- створення викладачем логічного ряду запитань щодо пізнавальної проблеми, які спонукають студентську молодь до пошуку істини;
- створення в аудиторії атмосфери психологічного комфорту, яка має сприяти вільному висловлюванню студентами думки, не боячись помилки;
- відведення спеціального часу на осмислення способів вирішення проблеми;
- організація спеціальної підготовки викладачів до запровадження методики.

Бізнес-кейси є корисним інструментом для здобувачів освіти, зокрема студентів-маркетологів, який дозволяє розвивати їх здатність до аналізу, прийняття рішень та розв'язання складних завдань, що зустрічаються в реальному бізнесі. Робота з бізнес-кейсами допомагає зрозуміти, як функціонує бізнес-середовище, де вони можуть застосувати свої знання та навички, і здобути практичний досвід, отримати думку експертів у цій галузі.

Кейс-чемпіонати дозволяють студентам-маркетологам розвивати *hard skills* («жорсткі» навички) – такі, що можна вивчити і протестувати. Це навички, які дозволяють людям виконувати завдання, пов'язані з роботою, або які можуть знадобитися для певної роботи.

Переваги участі у кейс-чемпіонатах наступні:

- допомагає студентам розвивати комунікативні та презентаційні навички;
- може стати вагомим плюсом при подальшому працевлаштуванні;

- корисні знайомства, отримані рекомендації;
- важливим компонентом підготовки студентів до майбутньої професійної діяльності;
- структуроване мислення;
- навички розробки проєктів;
- робота в команді.

Якщо застосування кейсів має значні переваги, то під час вивчення дисциплін маркетингового спрямування – цей інтерактивний метод навчання є необхідним, адже розглядаються найрізноманітніші елементи: реклама, цінова політика, вивчення психології споживачів; концепція ринку, яка управляє виробництвом продукції та її збутом тощо.

Практичний приклад розвитку hard skills студентами-маркетологами відбувся під час участі у кейс-чемпіонаті від Концерну Хлібпром та проєкту USAID «Економічна підтримка України», де слід було командою сформулювати концепцію нового продукту хліба для зумерів [1,2,3], дотримуючись вимог компанії та організаторів. Здобувачі здобули корисний досвід, який дозволяє поглибити свої знання та навички в конкретній галузі, що може знадобитися у майбутньому.

Конкретно, при роботі над кейсом студенти-маркетологи отримали досвід:

- щодо особливостей виробництва хліба. Тобто, дізнались більше про технології виробництва хліба, вибір сировини, контроль якості та багато іншого. Що може бути особливо корисним для тих, хто планує розпочати власний бізнес у галузі виробництва хліба або працює в цій сфері.
- роботи в команді. Робота над кейсом включає в себе колективну роботу, що дозволило розвинути навички співпраці та комунікації.
- аналізу та прийняття рішення, коли аналізували різні варіанти вирішення проблем та визначили найбільш ефективний шлях дій.
- розробки та впровадження маркетингових стратегій, що дозволило залучити нових клієнтів.

Робота над кейсом допомогла отримати різноманітний досвід, який може бути корисним для подальшої роботи та розвинула особистісні якості, такі як впевненість в собі, креативність, прийняття рішень та співпраці в команді.

Висновки: Кейс-чемпіонат – це була чудова можливість, вирішуючи реальні задачі, використати здобуті професійні знання в цій сфері, а також навчитися працювати в команді як «один організм». Проводячи «мозкові штурми», постійно обговорюючи реальний кейс, шукаючи альтернативи вирішення маркетингової задачі, команда відчула себе професіоналами з реальним запитом від клієнта, що допоможе у майбутньому діловому житті. Загалом, кейс технологія як навчальний метод використовується для того, щоб задіяти комунікативні та творчі здібності студентів. Сформована команда відчула себе фінансистами, виробниками хлібу, дизайнерами упакування, маркетологами, придумуючи стратегію і ціль товару.

Отже, використання кейс-методу відкриває широкий простір для розвитку креативності, самостійності, практичного професійного мислення, уміння аналізувати інформацію, формулювати і розв'язувати проблеми, а також формує добірку компетентностей.

Список використаних джерел

1. Що таке кейс? URL: <https://league.com.ua/internship/asters-keis-turnir/>
2. Завдання кейсу. URL: https://drive.google.com/drive/folders/1DJqNTuWYLxE7HjGxavI-Jy8QPSAwAW_6 - 1.1 ст.2; 8; 13.
3. Чемпіонат з вирішення бізнес-кейсів Концерну Хлібпром та Незалежного агентства федерального уряду США з міжнародного розвитку (USAID) URL: <https://hlibprom.com.ua/news/text/98>

СЕКЦІЯ 5. МАРКЕТИНГ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

УДК: 338

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В КОНТЕКСТІ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

ОКСАНА ПАЛАМАРЧУК, ВАЛЕНТИНА ЯКУБОВСЬКА

Рівненський державний гуманітарний університет, Україна

В наукових джерелах концепція сталого розвитку регіону трактується «як новітня концепція керованого розвитку, а саме, що визначає потребу формування балансу між економічними, політичними, культурними потребами розвитку регіону з урахуванням екологічних потреб з метою захисту інтересів майбутніх поколінь і створення безпечного довкілля»[1].

При цьому протиріччя, яке притаманне економіці загалом, актуальне і в питаннях розвитку сталого розвитку регіонів, а саме: економічне зростання на фоні обмежених ресурсів, в тому числі природних, тому підтримка балансу між складовими даного процесу є актуальним аспектом даної проблеми і в наукових джерелах актуалізується рішення даного завдання через «негайний перехід до збалансованого сталого розвитку, що поєднує рівномірний розвиток економічного, екологічного та соціального аспектів розвитку суспільства і концепція сталого розвитку ґрунтується на основних принципах: 1) забезпечення збалансованості економіки та екології, тобто досягнення такої ступеню розвитку, коли люди у виробничо-економічній діяльності перестають руйнувати навколишнє середовище; 2) забезпечення збалансованості економічної та соціальної сфер, взятих в людському вимірі, тобто максимальне використання в інтересах населення тих ресурсів, що дають економічний розвиток; 3) рішення задач, пов'язаних з розвитком, не тільки в інтересах нині живучих, але і майбутніх поколінь, що мають рівні права на ресурси»[2].

Маркетинг, при цьому, будучи ефективним інструментом ринку, цілком дотичний і до проблем регіонального розвитку: виступаючи складовою частиною регіональної економічної політики, регіональний маркетинг відрізняється від традиційного своєю спрямованістю на вирішення проблем регіону і його територіальних утворень та включає в себе розробку і реалізацію концепції комплексного розвитку економіки й соціальної сфери території, спрямовану на вирішення її соціально-економічних проблем. Його метою є раціональна для регіону реалізація ресурсного потенціалу, підвищення конкурентоспроможності підприємств регіону, залучення до регіону нових інвесторів з інших регіонів, створення сприятливих умов для розвитку малого і середнього бізнесу, створення позитивного іміджу регіону за кордоном. Також маркетинг спрямовується на створення корпоративної культури регіонів, системи цінностей і самоідентифікації території, її мешканців і суб'єктів господарювання, розвиток соціального капіталу регіону[3, с. 68].

Іншими словами можемо сказати, що застосування маркетингу дозволяє підійти до регіону і проблеми його сталого розвитку як до територіального продукту, характеристиками якого є сприятливі умови для економіко-господарської діяльності і розвитку бізнес-середовища створення особливих економічних зон, розвиток туристичного потенціалу і максимального використання туристичних і рекреаційних ресурсів. Особливого значення при створенні пропозиції набуває виявлення основних цінностей споживачів і оцінка привабливості території за допомогою інтегрального рейтингового показника.

Важливе місце у комунікативному міксі займає бренд території – сукупність уявлень, позитивних емоцій, думок і асоціацій, що їх викликають ціннісні характеристики об'єкта. Процес управління брендом (брендування) здійснюється спільними зусиллями суб'єктів територіального маркетингу – місцевою владою та бізнес-спільнотою для підвищення привабливості території.

Важливим чинником успішної реалізації концепції територіального маркетингу є створення умов для розвитку ділової і соціальної активності, формування приватної ініціативи і сприятливого ділового клімату [4, с. 25].

Отже, в маркетинговому забезпеченні підтримки сталого розвитку регіонів в тій чи іншій мірі має бути охоплено: економічний, екологічний та соціальний аспект.

В контексті регіону, як об'єкту дослідження важливим є те, що об'єкт маркетингового дослідження априорі складний, багатогалузевий і багатофакторний, тому дослідження такого роду мають проводитися виключно фаховими, перевіреними на ринку агенціями.

Для підсилення якості і фаховості описаних вище досліджень досить ефективною і доцільною може бути колаборація з науковими установами та їх структурними підрозділами, в яких за замочуванням вивчається та з різних ракурсів досліджується і економіка, і екологія, і соціальні явища та процеси.

Список використаних джерел

1. Бурик З. М. Формування концепції сталого розвитку регіону. *Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування*. - 2014. - № 1. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ttpdu_2014_1_22 (дата звернення: 05.04.2023).

2. Зайцева Л. О. Складові концепції сталого розвитку. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7401> (дата звернення: 20.04.2023).

3. Дочинець І. В. Регіональний маркетинг: сутність, цілі та завдання. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка*. - 2015. - Вип. 1(1). - С. 65-68. - URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuec_2015_1\(1\)_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuec_2015_1(1)_16) (дата звернення: 15.04.2023).

4. Соловійов І.О., Кліщевська А.Ю. Територіальний маркетинг в контексті розвитку регіонів. *Вісник ХДУ Серія Економічні науки*. – 2021. - № 43. – С. 21-26. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuec_2015_1%281%29_16 (дата звернення: 18.04.2023).

РИЗИКОВАНІСТЬ СУСПІЛЬСТВА ТА МАРКЕТИНГ: ЧИННИКИ ВПЛИВУ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

**АЛЛА СТАРОСТИНА, ВОЛОДИМИР КРАВЧЕНКО, ОЛЕНА
БІЛОВОДСЬКА**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

Ризики в сучасному світі притаманні будь-якій сфері життєдіяльності кожної людини, незалежно від того, в якій країні вона живе та який рівень доходу має. Особливої актуальності ця аксіома набуває в сучасній Україні.

Наведемо головні чинники ризикованості сучасного українського суспільства стратегічного рівня, які діють зараз та продовжуватимуть впливати на ситуацію до середини поточного сторіччя. Слід мати на увазі, що вони здатні як посилити ризикованість, так і протидіяти її зростанню.

1. Війна України з Росією та її наслідки. Як власне сам стан війни, так і післявоєнний період є головним фактором, який обумовлює ризикованість поведінки громадян, бізнесу, державних органів влади та інших суспільних інститутів. Це стосується розміру товарних ринків, демографічної структури населення, міграційних процесів, кардинальних зрушень в масовій психології, купівельної поведінки населення, прийняття інвестиційних рішень, особливості конкурентного середовища, криміногенної ситуації, загальноукраїнської та регіональної безпеки, управління маркетингом тощо.

2. Українські специфічні чинники (крім війни) також вносять свою, дуже значну частку, в загальний стан ризикованості українського суспільства. До основних з них можна віднести наявність значного історичного досвіду функціонування суспільства в жорстких кризових умовах, соціально-політичну єдність населення стосовно євроінтеграційного та євроатлантичного вектору розвитку країни, стан культури взагалі та культури управління ризиками зокрема, наявність потужної фінансово-ресурсної підтримки життєдіяльності України з боку країн-партнерів.

3.Геополітичні чинники. З крахом СРСР та перемогою країн Заходу в «холодній війні» серед політичних еліт провідних країн запанувала думка, що настав т.зв. «кінець історії», і XXI сторіччя пройде під знаком володарювання США та її країн-союзників. Проте, зміни в геополітичному балансі сил, які відбуваються на наших очах, засвідчують народження багатопольярного світу, де поряд з США постають суперницькі сили, перш за все в обличчі таких держав, як КНР та Росія, і блоку БРІКС. Війна між Україною та Росією, яка ввійшла у гарячу відкриту фазу у 2022 р., є лише одним із проявів цього процесу. Є всі припущення, що і прийдешні десятиріччя будуть супроводжуватися регіональними війнами різного рівня інтенсивності.

4.Суперечливе поєднання процесів глобалізації та регіоналізації буде притаманним періоду, що нами розглядається. З одного боку глобалізація є процесом невпинного розмивання кордонів між країнами з іншого –

спостерігаються процеси утворення нових блоків країн, кожен з яких матиме спільний ринок товарів та капіталів.

5 Кардинальні зміни в організації міжнародної валютної системи та торгівлі. В наступні декілька десятиріч продовжать свою дію тенденції, які зародилися на початку 21-го сторіччя. По-перше, американський долар втрачає свою роль валюти для міжнародних розрахунків та світової резервної валюти, і по-друге, ЄС внаслідок процесів деіндустріалізації втрачає своє значення в якості одного із провідних світових ринків збуту споживчих та індустріальних товарів.

6. Науково-технологічні зміни продовжать сприяти появі нових товарів, водночас загрожуватимуть конкурентним позиціям компаній, які є поточними лідерами. Цифрові технології, біотехнології, робототехніка, штучний інтелект та інші аналогічні інновації по справжньому є «руйнівними» для ланцюжка виробництво-обмін-споживання.

7 Пандемії зайняли, на жаль, своє міцне місце в житті всіх країн у 21-му сторіччі. Вчені та медики наразі впевнені в тому, що КОВІД-19 була лише «першою ластівкою» у 21-у сторіччі, і людство чекають нові пандемії.

8 Кліматичні зміни відбуваються на наших очах по всьому світу, у т.ч. і в Україні. Однак, за прогнозами багатьох провідних кліматологів, що стосується саме України, то ці зміни більшою частиною позитивно впливатимуть на життя людини та проведенню господарської діяльності.

Отже, вищеперераховані чинники ризикованості українського суспільства мають значний вплив на всі складові маркетингової діяльності суб'єктів господарювання, — їх ринкову стратегію, комплекс маркетингу та управління маркетингом. Найбільш впливовими чинниками є війна України з Росією та її наслідки, специфічні українські фактори, суперечливе поєднання процесів глобалізації та регіоналізації, кардинальні зміни в організації міжнародної валютної системи та торгівлі, науково-технологічні зміни й пандемії. Вони вносять елементи ризикованості практично в усі складові маркетингової діяльності. Розглянемо найбільш важливі з них.

На першому місці стоїть вплив війни на купівельну поведінку споживачів і їх мотивації, що призводить до змін у попиті та сприйнятті маркетингових комунікацій. Також внаслідок війни зростає економічна нестабільність та падає інвестиційна привабливість, що призводить до зменшення рекламних бюджетів, ускладнення логістики та зривів у постачанні товарів. Не можна обійти увагою і те, що війна та її наслідки потребують адаптації в методах та підходах до управління маркетингом. Зокрема, не лише скорочується горизонт маркетингового планування, але маркетинголог також має враховувати на порядок більше факторів ризику при розробці своїх планів.

Серед специфічних українських чинників варто звернути увагу на культуру управління ризиками (як для окремого громадянина, так і для суб'єкта господарювання). За період війни вона, безумовно, змінилася, проте яких саме її параметрів торкнулися військові дії й в якому саме напрямку, це має бути предметом досліджень. Проте, вже зараз, можна визначити орієнтовні напрями її змін, які вплинуть на маркетингову діяльність. Що стосується громадян України, то, з одного боку, вони стануть поводитися більш раціонально при виборі та

купівлі товарів, і стануть більше заощаджувати кошти на випадок різного роду ризикованих подій у своєму житті. Отже, зменшиться попит на товари престижного попиту, а товари повсякденного попиту будуть придбаватися в мінімально необхідній кількості.

З іншого боку, учасники бойових дій будуть певним чином відрізнятися у своєму попиті порівняно зі звичайними громадянами. Це стосується попиту на медичні послуги для лікування травм та хвороб, пов'язаних з їх військовою службою; на послуги з професійної перекваліфікації, оскільки їхні здібності та навички можуть бути несумісними з ринком праці; послуги соціально-психологічної підтримки ветеранів та їх родини. Надання вищезазначених послуг потребує особливої підготовки персоналу, оскільки він має враховувати те, що повернення з війни може бути важким для багатьох ветеранів і може призвести до стресу, депресії та інших психологічних проблем. І неврахування цієї обставини може призвести до виникнення ризикованих ситуацій.

Суб'єкти ж господарювання, зі своєї сторони, нарешті стануть приділяти належну увагу формалізованому підходу до управління всіма видами своїх ризиків, в тому числі й маркетинговими. Для цього керівництво суб'єктів господарювання має проводити свою діяльність згідно з загальновизнаними міжнародними стандартами серії ISO 3100 Riskmanagement та серії ISO 223XX Securityandresilience – Businesscontinuitymanagementsystems.

Зміни клімату, наукові відкриття і проривні технології також суттєво відображаються на маркетинговій діяльності. Екстремальні погодні явища мають негативний вплив на логістику, постачання та виробництво. Кліматичні зміни також змінюють споживчі мотивації та пріоритети, ставлячи на перший план товари та послуги, які здатні компенсувати вплив змін клімату на їх життя. Що ж стосується можливого попиту на товари та послуги, обумовленого «екологізацією економіки», то в умовах війни та післявоєнного відновлення він є мінімальним. Яскравим прикладом є ситуація з вживанням паливних електрогенераторів, які населення України використовує в разі перебоїв з постачанням електроенергії.

Науково-технологічні досягнення продовжують вносити зміни у всі складові маркетингової діяльності. Суб'єкти господарювання обов'язково мають враховувати різницю у відношенні реальних та потенційних покупців до інновацій у сфері маркетингу.

Таким чином, у роботі визначено головні чинники ризикованості українського суспільства та їх вплив на маркетингову діяльність суб'єктів господарювання в умовах сталого розвитку вітчизняної економіки, що потребує впровадження відповідних інноваційних технологій та процесів. Крім того, особливо важливою є необхідність орієнтації на довгостроковий розвиток, а не тільки на отримання короткострокової вигоди.

ЛОГІСТИКА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

АРІНА ПОНОМАРЬОВА, МАРИНА БІЛІНЕЦЬ

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
Україна*

Логістика відіграє важливу роль в умовах воєнного стану, оскільки військові операції вимагають доставки великої кількості різноманітних ресурсів на лінію фронту. Це зброя, боєприпаси, продукти харчування, медикаменти та спеціальне обладнання.

Одне з головних завдань логістики в умовах воєнного стану – забезпечити достатню кількість ресурсів для військових потреб. Для цього необхідна повноцінна система постачання і транспортування, здатна швидко доставляти ресурси на лінію фронту [1]. Крім того, логістика повинна забезпечити раціональне використання ресурсів, щоб уникнути надмірного споживання матеріальних і фінансових ресурсів. Наприклад, ретельне планування може забезпечити раціональне використання транспорту і доставку ресурсів у найбільш важливі райони.

Важливою частиною логістики в умовах воєнного стану є організація зберігання ресурсів. Зазвичай це робиться на спеціальних або підземних складах, де ресурси можуть безпечно зберігатися і бути доступними для використання [2]. Крім того, логістика воєнного стану має забезпечити безпеку ресурсів під час транспортування та зберігання. Це може бути забезпечено ефективними системами безпеки та контролю, а також застосуванням спеціальних методів і способів забезпечення безпеки [2].

Умови воєнного стану можуть значно ускладнити логістичні процеси через обмеження на пересування та транспортування товарів, обладнання та людей. Деякі з проблем, які можуть виникнути, включають:

1. Обмеженість доступу до деяких районів. Воєнний стан може призвести до заборони в'їзду в деякі райони, що може відобразитися на постачанні товарів та послуг. Це може призвести до виникнення дефіциту, збільшення цін та скорочення асортименту;

2. Зменшення кількості транспортних засобів. Воєнний стан може призвести до обмеження руху транспортних засобів, що може призвести до скорочення кількості транспортування товарів та послуг. Це може призвести до затримок у поставках, а також до підвищення вартості [3];

3. Руйнування інфраструктури. Воєнний стан може спричинити руйнування доріг, мостів та інших інфраструктурних об'єктів, що може призвести до ускладнення поставок та збільшення вартості перевезень;

4. Складнощі з закупівлею товарів. Воєнний стан може призвести до проблем, які пов'язані насамперед з обмеженістю (малою кількістю) асортименту й постачальників, блокуванням портів та великим навантаженням на залізничну інфраструктуру [4];

5. Неадекватність рівня безпеки. Воєнний стан може призвести до збільшення рівня загрози для безпеки людей та транспортних засобів. Це може призвести до затримок у поставках та підвищення вартості, а також до більш високого ризику втрати товарів та обладнання;

6. Ускладнення логістичних операцій. Блокпости, огляди, комендантська година — все це з великою ймовірністю ускладнює перевезення вантажів. Крім того, необхідно заздалегідь планувати запасні маршрути, оскільки є ризик нових атак;

7. Неприйнятна робота державних органів. Воєнний стан може призвести до неадекватної роботи державних органів, які відповідають за логістичні процеси, такі як митниця, прикордонна служба тощо. Це може призвести до затримок у поставках та підвищення вартості;

8. Складнощі з закупівлею товарів. Проблеми пов'язані насамперед з обмеженістю асортименту й постачальників, блокуванням портів та навантаженням на залізничну інфраструктуру.

Попри наявність значного переліку проблем у здійсненні логістичної діяльності, все ж таки можна виділити певні перспективи розвитку. В умовах воєнного стану вони можуть бути складними, але деякі заходи можуть допомогти зменшити вплив військових конфліктів на логістичні процеси. Ось кілька можливих перспектив:

1. Використання нових технологій. Допоможе підвищити ефективність логістичних процесів та зменшити вплив військових конфліктів [4]. Наприклад, використання дронів може допомогти забезпечити доставку товарів та обладнання в складно доступні райони;

2. Розвиток альтернативних маршрутів. Реалізація зменшить вплив військових конфліктів на логістичні процеси. Наприклад, використання морських маршрутів може забезпечити доставку товарів та обладнання, якщо дороги на суходолі заборонені або ускладнені [4];

3. Розвиток місцевої логістики: допоможе зменшити залежність від імпорту та забезпечити стабільну поставку необхідних товарів та послуг в умовах воєнного стану;

4. Концентрація на безпеці. Збільшення уваги до безпеки може допомогти зменшити вплив військових конфліктів на логістичні процеси. Наприклад, забезпечення безпеки на дорогах та в портах може допомогти забезпечити безперебійну поставку товарів та обладнання [4];

5. Гнучкість та резервування: Забезпечення гнучкості та резервування може допомогти зменшити вплив військових конфліктів на логістичні процеси.

Умови воєнного стану створюють велику кількість викликів для логістичних процесів, що вимагає вирішення проблем, пов'язаних з доставкою товарів, забезпеченням безпеки, плануванням та координацією. Однак, деякі можливі перспективи, такі як використання нових технологій, розвиток альтернативних маршрутів, розвиток місцевої логістики, зосередження на безпеці та забезпечення гнучкості та резервування, можуть допомогти зменшити негативний вплив військових конфліктів на логістичні процеси.

Проблеми логістики в умовах воєнного стану включають безпосереднє зменшення кількості доступних маршрутів, підвищення рівня ризику для перевезень та забезпечення безпеки, зменшення обсягу ресурсів та матеріалів, що можуть бути доступні для логістичних процесів, а також зменшення кількості кваліфікованого персоналу [5].

Отже, для успішної роботи в умовах воєнного стану, логістичні процеси потребують постійного вдосконалення та забезпечення максимальної ефективності. Логістичні менеджери повинні постійно оцінювати ситуацію на місцях та розробляти плани дій для забезпечення надійної поставки необхідних товарів та послуг. Використання інноваційних технологій та розробка стратегій гнучкості можуть допомогти логістичним компаніям доволі успішно працювати в складних умовах воєнного стану.

Список використаних джерел:

1. Мельник О.В., Гусак О.В. Логістика в умовах військових конфліктів: проблеми та перспективи. *Економічний простір*. 2017. Вип. 129. С. 69-81.
2. Kovács László (2015) Logistics in Military Operations: Problems and Perspectives. *Procedia Economics and Finance*. Vol. 32. P. 1464-1470.
3. Pincott J. Ingrid (2017) The Challenges of Logistics in Wartime. *Military Review*. Vol. 97. Iss. 1. P. 57-65.
4. Drea T. John (2001) Logistics in War: Problems and Prospects. *Joint Force Quarterly*. Iss. 29. P. 107-113.
5. Lambeth S. Benjamin (2007) Military Logistics: Challenges for the Future. *The Journal of Strategic Studies*. Vol. 30. Iss. 1. P. 125-152.

УДК 658.8

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗРОБКИ ТА ВИВЕДЕННЯ НОВОГО ТОВАРУ НА РИНОК

ЄВГЕНІЙ ЗІНЮК

Національний університет «Києво-Могилянська Академія, Україна

Маркетингове забезпечення розробки та виведення нового товару на ринок передбачає проведення досліджень ринку та аналіз споживчої поведінки, створення унікального бренду та ідентичності товару, визначення цільової аудиторії та розробку маркетингової стратегії. Спостереження показують, що вплив маркетингу усуває додаткові коливання в бюджеті та ринковому виконанні, що виходять за межі ринкового спрямування [1].

На думку американських спеціалістів, існує шість категорій інноваційного продукту, які відрізняються за ступенем новизни для компанії та споживача. До інноваційних продуктів належать такі: інноваційний продукт у всьому світі, асортимент інноваційного продукту, доповнення до існуючого асортименту, удосконалення існуючого продукту, зміна позицій, зниження витрат [2].

Існує безліч методів маркетингового забезпечення розробки та виведення нового товару на ринок, серед яких:

- дослідження ринку та аналіз споживчої поведінки - цей метод передбачає вивчення ринку, конкурентів, потреб та поведінки потенційних споживачів. Це допоможе визначити потенційний попит на товар та розробити маркетингову стратегію;

- розробка унікального бренду та ідентичності товару - цей метод передбачає створення унікальної назви, логотипу та ідентичності товару, що допоможе йому виділитися серед конкурентів та стати впізнаваним серед споживачів;

- визначення цільової аудиторії - цей метод передбачає визначення групи споживачів, які можуть мати інтерес до товару, та розробку маркетингової стратегії, яка б задовольняла їхні потреби та бажання;

- реклама та просування товару - цей метод передбачає використання різноманітних каналів реклами для просування товару серед потенційних споживачів, таких як рекламні банери на сайтах, реклама в соціальних мережах, рекламні буклети, рекламні ролики тощо;

- підтримка продажів та обслуговування клієнтів - цей метод передбачає підтримку клієнтів після придбання товару, надання інформації про його використання, надання гарантії та послуг після продажу. Це допоможе підвищити задоволеність клієнтів та створити позитивний імідж компанії;

Хоча методи маркетингового забезпечення розробки та виведення нового товару на ринок дуже ефективні, їм також притаманні деякі недоліки, основними серед яких є:

- недостатнє дослідження ринку та споживчої поведінки - якщо дослідження ринку та аналіз споживчої поведінки проводиться недостатньо глибоко, це може призвести до неправильних висновків щодо потреб і бажань споживачів, що може вплинути на успішність товару;

- невдале просування - якщо реклама та просування товару не відповідають інтересам та потребам цільової аудиторії, це може призвести до невдачі в рекламі та маркетингу товару;

- конкуренція - якщо на ринку уже присутні сильні конкуренти з схожими товарами, впровадження нового товару може бути важким завданням;

- недостатня підтримка продажів та обслуговування клієнтів - якщо компанія не забезпечує належну підтримку продажів та обслуговування клієнтів, це може призвести до негативного відгуку споживачів та незадоволеності продуктом;

- недостатні ресурси - розробка та виведення нового товару на ринок може вимагати значних фінансових та людських ресурсів, що може стати перешкодою для компаній з обмеженими бюджетами.

Маркетинг – це наука, яка змінюється кожного дня та завжди створюються нові гіпотези та тенденції. Еволюційні рішення впроваджуються щосекунди і тому неможливо вигадати єдине правило, яке вирішить всі недоліки. Гіпотеза, яка допоможе досягти результату з будь-яким продуктом чи послугою, є постійне тестування та аналітика. Це те на що потрібно звернути більше всього увагу та

запроваджувати методи покращення до цього напрямку. Наприклад використання штучного інтелекту і машинного навчання може глобально полегшити роботу аналітики даних, тестування нових гіпотез. Загалом технології штучного інтелекту та машинного навчання можна використовувати для аналізу даних і поведінки клієнтів, виявлення тенденцій і ідей, а також персоналізації маркетингових повідомлень і пропозицій для окремих клієнтів.

Список використаних джерел

1. Peter C. Verhoef and Peter S.H. Leeflang Understanding the marketing department's influence within the firm. *Journal of marketing*, 73(2) - [Режим доступу] <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1509/jmkg.73.2.14> .

2. Прауде В.Р., Білий О.Б. Маркетинг: Навч. посібник. – К.: Вища школа - [Режим доступу] <https://cutt.ly/T7O5t6L>

УДК661.185.6:658.821

РІШЕННЯ ПРОБЛЕМ СКЛАДУ ПОРОШКОВИХ ПРАЛЬНИХ ЗАСОБІВ ЯК ШЛЯХ УТРИМАННЯ ПОПИТУ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ВІКТОРІЯ АКМЕН, СВІТЛАНА СОРОКІНА, МИКИТА ЧЕЧЕНЬОВ

Державний біотехнологічний університет, Україна

Якість миючих засобів формується під час виробництва і залежить, безпосередньо, від компонентів, які входять до складу того чи іншого миючого засобу. Мийна суміш, складається з трьох основних інгредієнтів: речовин, що контролюють твердість води (приблизно 50% від ваги), натрійдодецилбензолсульфонату як поверхнево-активної речовини (15%), а також відбілювачів (7%) [1]. В останній час, спостерігається тенденція відмови споживачів від традиційних порошкових пральних засобів та підвищення попиту на желеподібні мийні та пральні засоби. У більшості випадків це пов'язано із незадоволенням якістю прання, а також із дорученням підприємств та споживачів до розвитку концепції сталого розвитку в Україні. Тому споживачі вкрай уважно відносяться до складу пральних засобів, особливо перевіряючи товар на вміст фосфатів (триполіфосфат натрію), які викликають дерматологічні захворювання шкіри людини та сприяють процесу евтрофікації (цвітіння водойми). Крім того білі розводи, що виникають на речах після прання, більшість споживачів теж пов'язують із шкідливими речовинами. Але, пральні порошки можуть містити і інші компоненти, які використовуються залежно від напрямку використання засобу. Тому аналіз складу пральних порошків та пошук альтернативних методів для вирішення проблеми попиту та утримання рівня їх продажу, із врахуванням безпечності використання, є актуальним завданням.

Метою роботи було дослідження складу порошкоподібних пральних засобів у розрізі концепції сталого розвитку та визначення причин виникнення білих розводів на тканинах, для збереження попиту на даний товар.

Аналіз думок споживачів показав, що у більшості випадків, причиною відмови від порошкоподібних засобів є думка щодо відсутності повноцінного розчинення порошку у воді (при температурі нижчої за 30 °С), що сприяє його осіданню на виробах і, як наслідок, появі білих розводів. Це особливо стосується виробів темного кольору. Щоб більш компетентно оцінити сутність питання і зайти вирішення проблеми «білих плям», необхідно з'ясувати склад порошоків, а також визначити які компоненти можуть провокувати появу таких дефектів. З'ясовано, що основними складовими є поверхнево-активні речовини, ферменти (ензими), оптичні та хімічні підбілювачі, протеази, амілази, ліпази, целюлази, карбонати [1, 2]. Загальна рецептура складу всіх синтетичних мийних засобів є схожою, і, зазвичай, різниця полягає лише у кількісному вмісті компонентів і товарній формі виробу [3].

Аналіз, дозволив зробити припущення, що білі розводи на одязі темних кольорів, після прання, можуть бути викликані різними причинами, включаючи неправильний вибір програми прання, неправильне дозування порошку, недостатню кількість ополіскувача, також недостатню кількість порошку, низьку якість води (жорсткість), вже утворений накип у пральній машині [3]. Результати проведених досліджень можна зобразити у вигляді схеми, яку наведено на рис. 1.

Далі, проаналізувавши хімічний склад прального порошку, можна зробити припущення, що білі плями на одязі після прання можуть бути також викликані через компоненти прального порошку. У низці випадків проблемами утворення білих розводів на одязі, при застосуванні порошкоподібних порошоків, є фізична наявність специфічних компонентів порошку. Такі компоненти можуть мати часткову нерозчинність, особливо у холодній воді. При цьому, при аналізі скарг споживачів на білі розводи, частіше їх наявність відзначають на делікатних та кольорових речах, які мають обмежені пральні можливості і потребують делікатного прання за низьких температур.

Відзначено, що до водонерозчинних, або тих що мають обмежену розчинність, відносять наступні компоненти пральних порошкоподібних засобів:

1. крохмаль – призначений для збільшення об'єму і жорсткості тканин;
2. діоксид титану – є відбілюючим агентом і дає захист від ультрафіолетових променів;
3. карбонат кальцію – використовується як засіб від накипу та м'яка абразивна речовина;
4. кремнезем – використовується як абразивна речовина для очищення тканин та збільшення об'єму порошку;
5. алюмосилікати – є абсорбентами для поглинання запахів та вологи.
6. поліетиленгліколь – надає приємну консистенцію та є емульгатором.



Рисунок1 Причини утворення білих розводів на одязі

На відміну від порошків для прання, які містять різні відбілюючі та абразивні компоненти, гелі для прання зазвичай не містять таких компонентів, що, відповідно, знижує можливість наявності білих розводів. Натомість гелі для прання можуть містити м'які поверхнево-активні речовини, які допомагають відіпрати бруд і плями, мають гарну розчинність у воді і не осідають на тканині. Через це проблеми білих плям після використання гелів майже унеможлиблюється. Гелі підходять для прання слабозабрудненої білизни. Однак основним недоліком рідких засобів є більш низька ефективність, у порівнянні з порошкоподібними.

Таким чином, результати проведеної роботи дали напрям подальших досліджень. Адже, з врахуванням концепції сталого розвитку, можуть бути

застосовувані для пошуку шляхів оптимального складу порошкових пральних засобів, що забезпечить відсутність білих плям на одязі після прання. Це сприятиме покращенню якості пральних порошоків, а відповідно сприятиме утриманню попиту на порошкові пральні засоби.

Список використаних джерел

1. Ляшук О. Брудна білизна та чисте довкілля. Склад засобів для прання. 2016. URL: (http://ecoclubrivne.org/safe_laundry/)(Дата звернення: 02.03.2023h/).

2. Вичужина Є.А., Акмен В.О. Взаємодія попиту та якості мийних засобів. *Інноваційні технології розвитку у сфері харчових виробництв, готельно-ресторанного бізнесу, економіки та підприємництва*: наукові пошуки молоді : Всеукр. науково-практична конференція здобувачів вищої освіти, 3 квітня 2019 р. Ч. 1. С. 203.

3. Заверуха О.М., Скоробогатий Я.П. Про проблеми використання і згубний вплив на здоров'я населення і навколишнє довкілля синтетичних миючих засобів. *Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах*: мат. наук. конф. вчених Львівського торговельно-економічного університету / [відповід. за вип. : проф. Семак Б.Б.]. Львів: вид-во ЛТЕУ, 2019. С. 296–297.

УДК 658.8:502/504:338.24

МАРКЕТИНГ УСВІДОМЛЕНОГО СПОЖИВАННЯ: PRODEM ТА ШЕРИНГ

НАДІЯ БАЛУК¹, ІРИНА ТРИГУБ¹, ЛАРИСА БУК²

¹*Львівський торговельно-економічний університет, Україна*

²*Український католицький університет, Україна*

Маркетинг сталого розвитку передбачає залучення різних концепцій управління екологічними, соціальними та економічними питаннями. Однією з них є парадигма ESG-маркетингу. Якщо розглядати проблему у глобальному вимірі, то для забезпечення ефективного вирішення Environmental, Social та Governance питань, необхідні зміни у технологіях виробництва, зміни у використанні відходів, відновлювальної сировини, альтернативних джерел енергії, зміни у купівельній поведінці споживачів, зміни у споживанні товарів й послуг, а також зміни у маркетингових підходах. Ці зміни здатна забезпечити циркулярна економіка (Circular economy), за умови, що маркетинг забезпечує постійний потік інноваційної діяльності у процес усвідомленого споживання товарів і послуг.

Узагальнений світовий досвід використання циркулярної економіки дозволяє виокремити такі основні бізнес-моделі для активізації маркетингових заходів як циркулярне постачання, відновлення ресурсів, платформи для обміну і спільного користування, продукт як послуга, що виражені в основних 9 принципах (рис. 1).

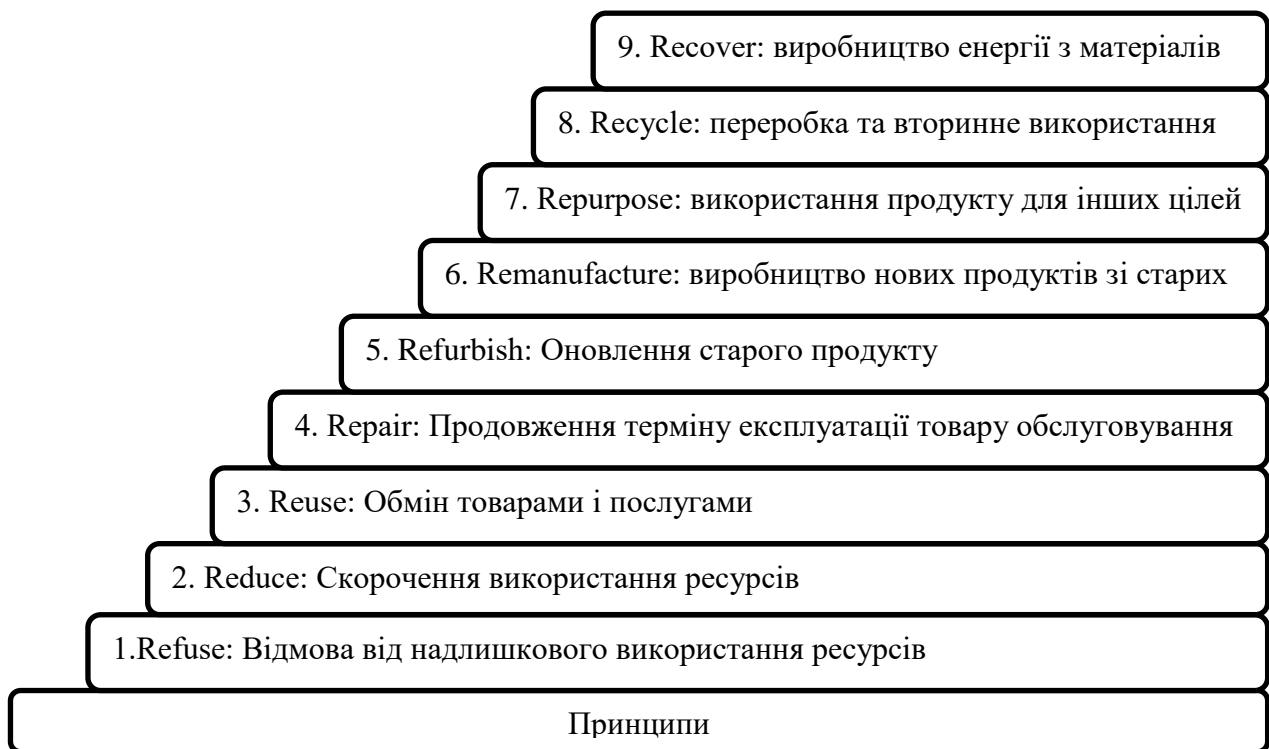


Рисунок 1 **Принципи циркулярної економіки**

Однією з ефективно реалізованих практик скорочення використання ресурсів є виробництво за вимогою (Production on Demand - PRODEM), яке першою запровадила у своїй діяльності у 2015-2016 рр. фінська компанія Lindström (рис. 2), що спеціалізується на сервісі оренди професійного одягу для усіх галузей економіки. Така практика результативна для товарів попереднього вибору та особливого попиту, передбачає створення мінімальних товарних запасів.

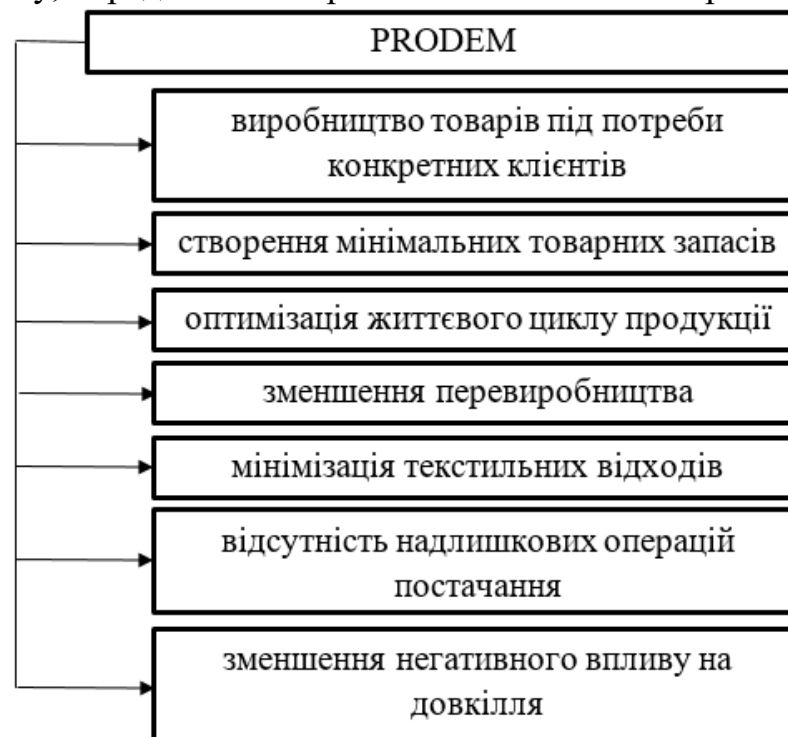


Рисунок 2 **Основні переваги PRODEM у практиці Lindström [6]**

Шеринг (sharing) передбачає спільне споживання товарів і послуг шляхом оренди або обміну. У світовій практиці шеринг застосовується до різноманітних товарів і послуг – від таксі і готельних номерів до нерухомості, побутової техніки, автомобілів, робочих місць, фільмів, музики, тварин, їжі, знань та фінансів. Типовим прикладом шерингу є онлайн-майданчик розміщення, пошуку та короткострокової оренди приватного житла по всьому світу Airbnb.com. Завдяки сервісу Renta можна здати в оренду або орендувати транспортні засоби, електроніку, техніку, різні інструменти, одяг, місце для паркування тощо. Онлайн-сервіс замовлення послуг kabanchik.ua дозволяє знайти репетитора, ведучого, зібрати крісло або полагодити сумку. BlaBlaCar на ринку транспортних послуг є прикладом шерингу вільних місць в автомобілі. За прогнозами європейської консалтингової компанії Juniper Research, у 2022 р. ринкова вартість шеринг-економіки становила близько 40 млрд. дол. США.

На українському ринку серед представників С2С сегмента шеринговими платформами є Olx, Shafa, Prom.ua, на яких пропонуються товари, які вже були у вжитку.

З огляду на важливість впровадження принципів циркулярної економіки та збереження довкілля, маркетинг усвідомленого споживання повинен мати на меті формувати і задовольняти потреби свідомого споживача.

Маркетинг усвідомленого споживання повинен передбачати збільшення поінформованості та залученості цільової аудиторії до розуміння важливості вибору товарів і послуг. До ефективних, випробуваних у практиці глобальних й локальних брендів, інструментів маркетингу свідомого споживання належать:

- власні приклади брендів (гель для душу від французького бренду Yves Rocher, що витрачається по одній краплі; проєкт «Зелений офіс» від «Фокстрот»; Сільпо і Metro як приклади сортування сміття),

- лідери думок (lifestyle-блогери, мікроінфлюенсери),

- пропаганда та PR теми раціонального споживання.

Список використаних джерел

1. Робул Ю. Роль та задачі маркетингу в контексті розвитку циркулярної економіки. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2021. № 3-4 (78-79). С. 54-65.
2. Наконечна Т.В. Маркетингові інструменти популяризації циркулярної економіки / Т.В. Наконечна, А.Ю. Тимко, М.П. Гапій // *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2020. Вип. 32. С. 58-64.
3. Циркулярна економіка: як новий спосіб господарювання в умовах цифрової трансформації. *Колективна монографія*. За науковою ред. к.е.н., доц. Татомир І.Л., к.е.н., доц. Квасній Л.Г. Трускавець: ПОСВІТ, 2021, 124 с.
4. Gonchar V. Circular economy as a driver of sustainable development of Ukraine / Gonchar V., Gorokhova T., Mamatova L. *European scientific journal of Economic and Financial innovation*. 2020. No2(6). P. 239-248.
5. Вашків О.П. / О.П. Вашків, О.О. Вашків // *Приазовський економічний вісник*. 2020. Вип 5 (22). С. 50-56.
6. Зайцева О.І., Жосан Г.В. Впровадження соціально-етичного маркетингу в систему адаптивного управління підприємствами в умовах усвідомленого

споживання. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2018. Серія Економіка. Випуск 1 (51). С. 74-78.

7. PRODEM– виробництво за вимогою. 2022. URL: <https://lindstromgroup.com/ua/blog/prodem-za-vymogoyu/>

8. Ділись, обмінюйся, довіряй: що таке шеринг-економіка і як вона змінює світ. 2020. URL: <https://thepage.ua/ua/economy/dilis-obminyujsya-doviryaj-sho-take-shering-ekonomika-i-yak-vona-zminyuye-svit>

9. February 2023 Global Consumer Insights Pulse Survey Consumers seek frictionless experiences in a world of disruptions. URL: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/consumer-markets/consumer-insights-survey.html>

10. Філософія шерингу стрімко розвивається. URL: <https://blog.blablacar.com.ua/newsroom/novini/filosofia-sheringu-strimko-rozvivatsia>

УДК658.8

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТОВАРОВИРОБНИКІВ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

ЕЛІНА ПАХУЧА

Харківський державний біотехнологічний університет, Україна

Продовольчий бізнес вимушений швидко реагувати на зміни, що відбуваються на ринку, особливо це стосується змін попиту на продукцію та вимог споживачів. Сучасний соціально-економічний розвиток країни, вказує на скорочення доходів населення, що призвело до переходу на економну модель споживання. Однак, слід відмітити про зростання рівня поінформованості, споживача стає більш свідомим і відповідально ставиться до вибору продуктів харчування. Так споживачі більше звертають увагу на інформацію, що розміщена на етикетці продукції, відрізають шкідливі добавки від корисних інгредієнтів, приділяють увагу терміну придатності продукції, особливо короткотривалого використання. Вагомий внесок в розвиток продовольчого ринку вносить посилення нормативів та контроль з боку державних органів виробництва продуктів харчування, зокрема їх якості. Посилення вимог до стандартів якості вимагає від товаровиробників посилити контроль над усіма етапами ланцюга поставок та зробити його максимально прозорим.

Глобальна пандемія значно прискорив інтерес споживачів до здорового харчування, при цьому значно зросла кількість людей, які очікують, що їжа, яку вони вживають, принесе функціональні переваги, включаючи імунітет. Пандемія створила можливості для багатьох приватних гравців з'явитися на ринках, щоб задовольнити завищений попит на органічні продукти харчування. Крім того, споживачі тепер готові експериментувати з новими продуктами, особливо рослинними, що спонукає товаровиробників розглядати цікаві та доступні продукти. У середньостроковій перспективі функціональна продукція забезпечить

певні переваги для здоров'я, які виходять за рамки звичайного щоденного споживання поживних речовин. Випуск нових та конкурентоспроможних видів продукції забезпечить отримання доходів і прибутки, окупність вкладених коштів та можливість вкладення накопиченого капіталу в розширення виробництва[1].

Маркетинг став тим інструментом для бізнесу, який задовольняє потреби споживачів та сприяє досягненню цілей підприємства. Проте концепція сталого розвитку значно розширила чинники, які підприємство повинно брати до уваги з метою, не лише одержання конкурентних переваг, але і досягнення свого сталого розвитку. Тому маркетингова орієнтація, яка включає обов'язковість сталого розвитку, мусить бути доповненою макромаркетингом, соціальною відповідальністю та екологічною спрямованістю діяльності підприємства.

Для реалізації цілей підприємства, маркетинг може позитивно впливати на попит споживачів, що є головною метою маркетингу. Однак збільшення споживання може бути безпосередньо пов'язане з негативним впливом на соціальну та природне середовище. Різке збільшення матеріаломісткості, надмірна експлуатація природних ресурсів – є деякими з наслідків. Всупереч основному принципу сталого розвитку, це посилює глобальні проблеми. Саме тому компанії зараз стикаються з проблемою, особливо через зміну соціальної свідомості, компенсувати можливі негативні наслідки. Виходячи з зазначеного, аспекти сталого розвитку в ідеалі слід перенести на маркетинг, щоб нові імпульси влилися в маркетинг сталого розвитку. У цьому сенсі компанії можуть продовжувати досягати економічних успіхів, але зменшувати або запобігати соціальним та екологічним проблемам.

Сфера застосування маркетингу сталого розвитку сконцентрована на рівні продукту, зокрема на соціальних та екологічних властивостях продукту як додаткові переваги для споживача. Ці властивості також можуть бути поширені на весь асортимент продукції та посилені за допомогою соціально-екологічної діяльності, пов'язаної з продуктом. Реалізація принципів сталого розвитку на операційному рівні базується на маркетингових стратегіях сталості. Основна увага зосереджується на органічних продуктах, які викликають менше екологічного забруднення та соціальних проблем, ніж звичайні продукти протягом усього їхнього життєвого циклу, і які задовольняють потреби споживачів краще, ніж конкуренти. На додаток до енергоефективності та використання відновлюваних ресурсів, у майбутньому також набуде значення закриття матеріальних циклів у продуктах[2, с. 125]

Органічне виробництво відповідає концепції сталого розвитку, так як є практичною реалізацією концепції сталого розвитку в аграрному секторі економіки. Органічне сільське господарство створює передумови для відносно рівномірного розвитку всіх трьох взаємопов'язаних систем, а саме: соціальна: збільшення робочих місць; створення нових перспектив для малого та середнього бізнесу; формування належних умов для розвитку сільських територій; можливість споживати здорові, безпечні та якісні продукти харчування, турбота про здоров'я нації; екологічна: зменшення навантаження на навколишнє середовище внаслідок ведення органічного агровиробництва; сприяння збереженню та відтворенню родючості ґрунтів; охорона довкілля та забезпечення

біорізноманіття; використання науково обґрунтованих сівозмін; припинення забруднення водних ресурсів, зменшення викидів в атмосферу парникових газів; економічна: ресурсозбереження та зменшення енергоємності сільськогосподарського виробництва; зниження виробничих витрат; забезпечення конкурентоспроможності продукції сільського господарства на внутрішньому і світовому ринках [3, с. 37]. Для формування і реалізації маркетингового забезпечення заходів сталого розвитку організації необхідно визначити однорідні групи підприємств за критеріями рівня потенціалу маркетингу та рівня розвитку системи заходів із сталого розвитку з метою розробки подальших рекомендацій у розрізі цих груп. Потенціал маркетингу як інструменту сталого розвитку підприємства визначають як показник спроможності маркетингової системи виконати поставлені завдання, зокрема, забезпечити ефективне формування і реалізацію заходів із сталого розвитку.

Для вирішення проблеми сталого розвитку товаровиробників органічної продукції необхідно виробити розробити алгоритм формування механізму, визначити форми, методи і принципи, виділити і згрупувати фактори, критерії та показники на рівні, враховувати специфіку підприємства, його місію, стратегію, цілі, зв'язки, вплив зовнішніх і внутрішніх факторів. Основні економічні методи, що входять в механізм «сталого розвитку»: техніко-економічне планування, економічне стимулювання, економічна відповідальність за результати діяльності. Ефективним буде лише механізм сталого розвитку, що використовує оптимальне поєднання для даного підприємства різних методів управління. Основні інструменти реалізації механізму сталого розвитку: податки, ціни, ліцензії, мита, бюджетне фінансування.

Алгоритм дії механізму забезпечення сталого розвитку на маркетингових засадах полягає в наступному:

1. Формування концепції сталого розвитку підприємства.
2. Розробка стратегій сталого розвитку підприємства.
3. Проведення моніторингу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, аналіз впливу на сталий розвиток підприємства.
4. Проводиться якісний і кількісний аналіз впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на сталий розвиток підприємства.
5. Вибір стратегії сталого розвитку, проводиться оцінка факторів при виборі кращих варіантів з безлічі альтернативних стратегій.
6. Прогнозування та планування.
7. Прийняття управлінських рішень з проведення заходів по реалізації проектів.
8. Моніторинг рівня сталого розвитку на основі вироблених критеріїв і показників.

Комплексний підхід до розробки механізму сталого розвитку підприємства на маркетингових засадах передбачає розробку і застосування взаємопов'язаних методів, моделей та управлінських рішень, що забезпечують розгляд економічних процесів в їх взаємозумовленості. Комплексний підхід повинен бути орієнтований на аналіз шляхів досягнення певних стійких позицій підприємства з урахуванням

потенційних витрат, спрямованих на підтримку сталого розвитку підприємства в перспективі.

Список використаних джерел

1. Pakhucha, E., Babko, N., Bilousko, T., Bilousko, R., Vynohradenko, S., Azizov, O. (2021). Strategic Analysis of Export Activities of Enterprises to Ensure Sustainable Development. *European Journal of Sustainable Development*. Vol. 10. No.4. p. 251-270.

2. Божок А.Р., Колбушкін Ю.П. Маркетинг як інструмент реалізації принципів сталого розвитку. *Economics, management and administration in the coordinates of sustainable development: Scientific monograph*. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2021. p. 121-146.

3. Тодорюк С. І., Кутаренко Н.Я. Детермінанти сталого розвитку в органічному сільському господарстві України. *Агросвіт*. 2016. №8. С. 34–39.

УДК 339.138

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПРОВІДНИМИ КОМПАНІЯМИ СВІТУ

ТАРАС КУШНІР, ВЛАДИСЛАВА БАШТА

Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна

Останніми роками все більшого поширення набуває питання соціальної відповідальності брендів. Тепер бренди турбуються не тільки про виробництво-збут продукції, про формування емоцій між споживачем та брендом, але і про соціальну відповідальність. Це спричинило стрімкий розвиток стратегій сталого розвитку.

Стратегія сталого розвитку територій (регіону) – це системна технологія, яка містить обґрунтування та ухвалення основних рішень щодо розвитку. В таких стратегіях необхідно встановлювати цілі, які потрібно досягти в майбутньому. Для цього необхідно описати бажаний стан території (регіону) та способу його досягнення. Подані дані повинні ґрунтуватися на зборі та аналізі зовнішнього середовища території (регіону), а також внутрішнього потенціалу. Сформуванні стратегії потребують узгодження із територіальними громадами [1, с. 11].

Сталий маркетинг – це просування екологічно та соціально відповідальних продуктів, практик та цінностей бренду. Якщо ви коли-небудь витрачали трохи більше на щось, тому що знали, що це місцеве джерело або 100% переробляється, ви відчули стійкий маркетинг. Маркетинг сталого розвитку є одним з аспектів того, як компанії будуть позиціонувати свій бренд.

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) стає все більш поширеною цінністю бренду, і остання Конференція сторін (COP) висвітлила свої цілі на 2023 рік:

1. Скорочення викидів;
2. Допомога країнам в адаптації;

3. Кліматичне фінансування.

Існує низка підходів, якими можуть скористатися підприємства задля того, щоб стати більш стійкими:

1. Пожертвування прибутку на цілі сталого розвитку[2]. Яскравим прикладом може стати рішення власника американської компанії Patagonia. Івон Шуїнар прийняв рішення про передачу компанії в управління благодійному фонду. Всі прибутки компанії будуть витратити на боротьбу зі зміною клімату. Івон Шуїнар заявив, що за нової структури його бізнесу будь-який прибуток, який не йтиме на реінвестування самої компанії, направлятиметься на благодійність. Він оцінює цю суму в \$100 мільйонів щороку[3].

2. Пошук екологічно чистих матеріалів та/або упаковки[2]. Наприклад, компанія Bosch своїми діями заявила про сприяння захисту природи. У 2020 році всі 400 підприємств компанії Bosch змогли досягти вуглецевої нейтральності. В Україні Bosch постійно вводить заходи з покращення енергоефективності та раціонального використання природних ресурсів. Компанія вже реалізувала низку інноваційних проєктів. Філіали у Львові, Дніпрі та Одесі перейшли до опалення тепловими насосами. Також варто окремо відзначити львівський офіс, який був побудований за принципом енергозберігаючої конструкції вільного доступу з інтегрованим складом[4].

3. Створення продукту, який сприяє сталому життю[2]. З 1972 року Фонд Arbor Day висаджує дерева, щоб сприяти вирішенню деяких з найбільших екологічних проблем нашого часу, які виникають після природних катастроф: зміна клімату, продовольча безпека, стихійні лиха, міські теплові острови тощо. Компанія має понад 50 років досвіду посадки дерев по всьому світу[5].

Існують компанії, які одночасно використовують всі три підходи. Коли справа доходить до екологічно чистої ділової практики, Starbucks є однією з небагатьох корпорацій, яка не тільки прийняла, але й залишилася відданою. Використання енергії Starbucks зводиться до мінімуму за допомогою сонячної енергії. Крім того, компанія вирішила використовувати екологічно чисті будівельні матеріали у своїх торгових точках. На благо вулиць міста вони провели дуже успішну кампанію у Facebook, заохочуючи людей допомагати висаджувати дерева та фарбувати тротуари. У всьому світі цей приклад зеленого маркетингу був визнаний успішним. Зараз вони намагаються використовувати стаканчики, що підлягають вторинній переробці, щоб скоротити кількість сміття, яке вони генерують. Структура Greener Store, розроблена спільно з WWF у 2018 році, має на меті прискорити перехід роздрібною торгівлі до магазинів з меншим рівнем впливу, які зменшують викиди вуглецю, використання води та сміття на звалищах. Starbucks управляє більш ніж 2 300 магазинами Greener в США і Канаді і буде використовувати фреймворк за межами Північної Америки для розробки і конвертації 10 000 до 2025 року

Один з найвідоміших світових брендів одягу, Timberland, використовує історію про навколишнє середовище для просування своєї продукції. Директор зі стратегічного партнерства та бізнесу Timberland Маргарет Морі-Ройнер каже, що вони провели багато досліджень споживачів. У своїх дослідженнях компанія

розміщувала два схожих продукти поруч, один від Timberland і один від конкурента, в більшості випадків клієнт вибере Timberland, якщо він зроблений з якимось «зеленим» елементом. Запускаючи свою програму повернення продукції Timberloop, Timberland приєднується до все більшої кількості виробників одягу, які продовжують термін служби своєї продукції. Вживане взуття, одяг та аксесуари Timberland тепер можна повернути на другий шанс на життя. Коли предмети будуть повернуті, вони будуть окремими частинами перероблені та перепрофільовані в нові продукти або будуть відремонтовані та продані на спеціальному веб-сайті. Організація розширює співпрацю та тестує нові матеріали з метою створення та реалізації стратегії зеленого маркетингу. Всі категорії продукції найближчим часом будуть підпадати під дію екологічних норм (TEPS), і компанія планує використовувати тільки органічні та відновлювані матеріали [6].

Отже можна побачити, що провідні компанії світу поступово переходять до використання маркетингу сталого розвитку. Вони включають кілька підходів одночасно. Це говорить про те, що в найближчі роки великі та невеликі компанії будуть більш соціально відповідальними та максимізують застосування маркетингу сталого розвитку в своїх стратегіях.

Список використаних джерел

1. Маркетингові дослідження сталого розвитку в умовах глобальних викликів: монографія / за заг. ред. проф. М.М. Новікової; [Новікова М. М., Боровик М. В., Бурмака Т. М. та ін.]; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : Видавництво «Точка», 2018. 240 с.

2. What is sustainable marketing and how should you use it? URL: <https://www.smartinsights.com/online-brand-strategy/brand-positioning/sustainable-marketing-how-should-you-use-it/#:~:text=Sustainable%20marketing%20is%20the%20promotion,you've%20experienced%20sustainable%20marketing>.

3. Американська компанія передаватиме увесь прибуток на боротьбу зі зміною клімату. URL: <https://landlord.ua/news/amerykanska-kompaniia-peredavatyme-uves-prybutok-na-borotbu-zi-zminoiu-klimatu/>.

4. Топ-25 кращих екопрограм компаній. URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/reitingi/top-25-luchshih-ekoprogramm-kompaniy-22022021-416268>.

5. Inspiring people to plant, nurture, and celebrate trees. URL: <https://www.arboday.org/>.

6. 15 Green Marketing Examples to Inspire You in 2022. URL: <https://www.givz.com/blog/green-marketing-examples>.

ВПЛИВ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА КВАЛІФІКОВАНОГО ПЕРСОНАЛУ В РАМКАХ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ НА СТАЛІЙ РОЗВИТОК ЕКОБРЕНДИНГУ В УКРАЇНІ

ЮРІЙ БЕРЕЗОВСЬКИЙ, ЕДУАРД МОМОТОК, ІВАН МИХАЙЛОВ

Херсонський національний технічний університет, Україна

З посиленням процесів глобалізації і паралельним розвитком процесу управління ресурсами споживчого ринку змінилося бачення такого фактора, як конкурентоспроможність виробництва, людського капіталу, компанії. Сьогодні поширена думка серед споживачів, що якісний виріб є безпечний продукт не завжди справджується, оскільки в конкурентній боротьбі виробник для зниження ціни на свою продукцію може використовувати сировину, яка на початку застосування є цілком безпечною, але з часом може нести для людського організму масу «сюрпризів». Тому відповідальний виробник завжди попередить про це споживачів або ж взагалі буде використовувати лише екологічно чисту сировину, як головний компонент своєї продукції, що може істотно вирізнити таку компанію на вітчизняному споживчому ринку товарів. В основу постанови такої концепції лежить прогнозоване стратегічне управління підприємством та добре підібраний компетентний персонал. Сьогодні для домінування на споживчому ринку товарів необхідно мати чітку стратегію розвитку підприємства, сталу організаційну структуру, за якої кожен фахівець зможе працювати на перспективу в рамках економії матеріальних і трудових ресурсів, зростання якості продукції, скорочення витрат за виробничими переходами та напрацювання іміджу сучасного високотехнологічного виробника.

Створення сучасного бренду компанії, в основу якої положено виготовлення екологічно безпечної продукції, потребує тривалого часу та інвестування значних коштів у розробку й впровадження передових технологій і обладнання. Нині, в умовах екологічних катастроф і поширення пандемій, особливо цінним постає просування екобренду та формування основ екобрендингу. Розкручення екобренду з виходом на регіональний, національний або ж світовий ринок потребує докладання величезної кількості сил та коштів упродовж тривалого часу. А після досягнення значних позицій, коли марка компанії вже стала відомою і на неї рівняються інші, для підтримки свого реноме потрібно постійно також докладати зусилля. Але це окупається у всіх відносинах, починаючи від морального задоволення і громадського визнання та закінчуючи прибутками, як показника рентабельного виробництва. Спонукатиме до цього розкрученість бренду продукції, яку споживачі набагато частіше хочуть купувати, ніж вироби інших набагато менш популярних компаній, та покупці готові віддати за неї більше коштів, ніж просять у середньому на ринку.

Здавалося б, більш висока вартість товару хоч найкращого у світі бренду – це зрештою все одно витрати зайвих коштів із кишені споживача. А такого звичайно старається уникати будь-який покупець. Але тонкість такої ситуації полягає в тому, що за великим рахунком такі витрати безпосередньо пов'язані саме з

унікальною торговою пропозицією відомого бренду. Бренд виходить у лідери насамперед тому, що його товари мають якусь важливу перевагу над продукцією конкурентів. Це може бути постійно висока якість, надійність та довговічність, широкий асортимент, краща функціональність, чудові технічні характеристики тощо. Для екобренду це в першу чергу безпека життя, здоров'я, майна споживача та навколишнього середовища, спосіб буття, а в другу – все інше, що в цілому особливо виділяє такий товар серед інших. Купуючи товар відомої екологічної марки, людина думає не тільки про престиж, хоча і це теж має місце, а в головному про безпечність. При цьому дуже важливо правильно визначити величину надбавки, за дотримання високих стандартів екомарки, а потім постійно тримати ситуацію під контролем, щоб вчасно її коригувати. У такій ситуації значною мірою слідкують за змінами у співвідношенні попиту та пропозиції, місткістю дефіциту товару або його надлишку, падінням купівельного інтересу внаслідок появи на ринку більш просунутої версії товару та інше.

Важливо правильно інтерпретувати дані на різних ринках. З цим часто стикаються компанії, які ведуть торгівлю у багатьох регіонах. В одному з них можна зіткнутися як з головним конкурентом з сильним локальним брендом, який в інших місцях майже не присутній, а в іншому це може бути велика група традиційно популярних у цій місцевості міні-підприємств. Тому у такій ситуації в кожному регіоні треба правильно визначити показник надбавки екобрендності, який би враховував особливості ринку в кожному окремому випадку. Необхідність вирішення питань екологізації сировини основних груп споживчих товарів диктується необхідністю доведення виробництва будь-якої української продукції до відповідності вимог міжнародних екологічних стандартів, гармонізації системи української екологічної стандартизації до міжнародної та розширення асортименту товарів щодо сучасного попиту споживачів. Нині на ринку міжнародних відносин рівень екологічної безпеки товарів став одним з головних факторів, який визначає рівень його конкурентоспроможності.

У такій ситуації в Україні необхідно для отримання конкурентних переваг виробництва на підприємствах різної форми власності використовувати стратегічне управління, яке дозволяє не тільки чітко планувати, оперативно проводити та контролювати впровадження перспективних інноваційних екологічних проєктів, в основі яких лежить використання вітчизняної безпечної сировини, а й забезпечує становлення іміджу, престижності національних торговельних марок на рівні регіонів, країни та світу. Для здійснення цього необхідно мати не тільки кваліфікованих управлінців, а й професійних фахівців зі стандартизації та товарознавства, які зможуть провести чіткі паралелі в напрямку узгодження й гармонізації системи української стандартизації до міжнародних вимог з можливістю розширення асортименту сучасної продукції.

Тому в сучасних умовах саме зростання професіоналізму персоналу в системі застосування стратегічного управління в рамках впровадження інноваційних проєктів дає можливість створення відомих екобрендів вітчизняних товарів, підтримання становлення торговельних марок безпечних виробів та розвиток екобрендингу вітчизняного виробника, що постає досить суттєвим інструментом у боротьбі за національного та закордонного споживача.

**РОЛЬ БРЕНДУВАННЯ У СТВОРЕННІ СТІЙКОЇ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ**
ІРИНА ЛИСЕНКО, ВІТАЛІЙ БОЙКО

НУ «Чернігівська політехніка», Україна

Брендування є ключовим елементом у сучасному бізнесі, який може значно вплинути на стійкість конкурентоспроможності компанії. Процеси цифровізації відкривають нові можливості для використання сучасних технологій та інноваційних підходів у створенні брендів. Сучасні інструменти маркетингової комунікації, такі як соціальні медіа та відео, дозволяють підвищити ефективність брендування та підвищити свідомість про бренд серед цільової аудиторії.

Брендування – це процес створення та управління брендом, тобто іміджем компанії, продукту або послуги, що відрізняє їх від конкурентів на ринку. Бренд може складатися з найменування, логотипу, слогану, кольорової гами, асоціацій та інших елементів, які допомагають впізнавати бренд серед конкурентів і створювати позитивний імідж серед споживачів.

Основним завданням брендування є побудова довіри та лояльності споживачів до бренду, що дозволяє компанії збільшити обсяг продажів та ринкову частку. Однак, для досягнення успіху в брендуванні потрібно розуміти не лише специфіку свого бізнесу, але й динаміку ринку, цінності та потреби споживачів, а також використовувати різноманітні маркетингові інструменти та технології.

Одним з ключових аспектів брендування є бренд-ідентичність. Це сукупність символів, з яких складається бренд, а також система цінностей та уявлень про бренд, які приймаються внутрішніми та зовнішніми стейкхолдерами компанії. Бренд-ідентичність повинна бути зрозумілою та чітко вираженою, щоб бути ефективним інструментом управління брендом та сприяти розвитку лояльності споживачів.

Цифрові технології суттєво змінюють спосіб, яким бізнес взаємодіє зі своїми клієнтами, і якість цієї взаємодії. Цифрові інструменти дозволяють бізнесу пропонувати нові формати комунікації зі своїми клієнтами, а також надають можливість аналізувати поведінку клієнтів та відстежувати результативність маркетингових кампаній. Цифрові технології впливають на брендування у двох аспектах. По-перше, вони дозволяють бізнесу створювати нові формати контенту та комунікації зі своїми клієнтами. По-друге, цифрові технології дозволяють аналізувати поведінку клієнтів та підвищувати ефективність маркетингових кампаній [2].

Брендування відіграє важливу роль у створенні конкурентоспроможності бізнесу в умовах сучасного ринкового середовища. На думку багатьох дослідників, бренд є одним з найцінніших активів компанії, оскільки він дозволяє розрізняти продукти та послуги від товарів конкурентів та створювати унікальну ідентичність компанії в очах споживачів.

Основні переваги, які може надати бренд компанії, включають наступне:

– підвищує впізнаваність компанії та продукту. Бренд створює унікальну ідентичність компанії та дозволяє відрізнити її продукти від товарів конкурентів. Це може допомогти підвищити впізнаваність та свідомість бренду у споживачів.

– сприяє розвитку лояльності клієнтів. Бренд допомагає створювати емоційний зв'язок зі споживачем та сприяє розвитку лояльності. Коли споживачі розуміють цінності та переваги, які надає бренд, вони можуть стати його прихильниками та продуктивними клієнтами.

– дозволяє збільшити ціну продукту. Брендіві товари та послуги зазвичай коштують дорожче, ніж звичайні товари, оскільки споживачі готові платити за впізнаваність бренду та переваги, які він надає [1].

За допомогою новітніх технологій, бренд може привернути увагу цільової аудиторії, створити власний унікальний стиль та забезпечити високу конкурентоспроможність. У таблиці 1 представлені можливості та переваги використання нових технологій для брендуння.

Таблиця 1

Можливості та переваги використання нових технологій для брендуння

Можливості	Переваги
Соціальні медіа	Дозволяє швидко та ефективно просувати бренд серед широкої аудиторії
Контент-маркетинг	Сприяє створенню власного унікального стилю та підвищенню лояльності
AR та VR технології	Дозволяє створювати унікальні інтерактивні презентації та рекламні кампанії
Інтернет речей	Створює можливості для персоналізації бренду та збільшення зв'язку з клієнтами
Інфлюенс-маркетинг	Дозволяє використовувати популярність та вплив відомих людей для просування бренду
Штучний інтелект та машинне навчання	Забезпечує більш точне прогнозування та аналіз попиту на продукти та послуги

Джерело: [4].

Використання нових технологій для брендуння відкриває безліч можливостей для компаній. Завдяки цьому, бренд може забезпечити собі високу конкурентоспроможність та збільшити свою аудиторію. Однак, необхідно враховувати не лише можливості, а й переваги використання нових технологій для брендуння [4].

Інноваційні підходи до брендуння можуть допомогти компанії забезпечити собі конкурентну перевагу та підвищити свою конкурентоспроможність. Одним із таких підходів є інноваційний дизайн бренду. Він передбачає створення оригінального, запам'ятовуючого та відмінного від інших дизайну бренду. Це може бути досягнуто за допомогою використання нових матеріалів, форм та кольорів, що робить бренд більш привабливим для споживачів.

Іншим інноваційним підходом є використання соціальних мереж для брендування. Соціальні мережі забезпечують компанії зручні інструменти для залучення аудиторії та розповсюдження інформації про бренд. Крім того, вони дозволяють бренду взаємодіяти зі своїми споживачами, отримувати відгуки та пропозиції щодо покращання продукту або послуги [3].

Існує безліч стратегій брендування, які можуть бути ефективними для різних типів бізнесу. Ось декілька прикладів ефективних стратегій брендування для різних типів бізнесу:

– бізнес, що пропонує товари в широкому спектрі цінових категорій. У цьому випадку ефективною стратегією брендування може бути створення лінійки продуктів, яка охоплює різні цінові категорії. Наприклад, компанія може пропонувати економні, середні та преміум-категорії товарів під одним брендом.

– бізнес, який пропонує продукти або послуги виключно високої якості. У цьому випадку ефективною стратегією може бути створення преміум-бренду, який буде асоціюватися з високою якістю, ексклюзивністю та розкішню.

– бізнес, який працює у сфері електронної комерції. У цьому випадку ефективною стратегією брендування може бути створення бренду, який буде асоціюватися з безпекою, надійністю та зручністю покупок в Інтернеті.

Нижче наведені кілька кейсів успішного використання брендування у цифровому середовищі: Nike – один з найбільш впізнаваних брендів у світі спортивних товарів. Nike створив власний мобільний додаток Nike+, який дозволяє користувачам відстежувати свої тренування, отримувати персоналізовані поради та навіть змагатися з друзями. Крім того, Nike активно використовує соціальні медіа для взаємодії зі своїми фанатами, що дозволяє їм зміцнювати свій бренд та залучати нових клієнтів. Coca-Cola – ще один з найвідоміших брендів у світі, який активно використовує цифрові технології, щоб залучити нових клієнтів та зміцнити свою позицію на ринку. Наприклад, компанія створила власний сайт, де клієнти можуть знайти різноманітні інформаційні матеріали, акції та розіграші. Крім того, Coca-Cola активно використовує соціальні медіа для взаємодії зі своїми фанатами та запускає кампанії, що дозволяють їм залучати нових клієнтів [5].

Отже, успішне брендування може стати ключем до створення стійкої конкурентоспроможності бізнесу в умовах цифрової економіки. Важливо грамотно використовувати нові технології та інноваційні підходи для збільшення ефективності брендування та розуміння потреб споживачів.

Список використаних джерел

1. Карчева Г. Т., Огородня Д. В., Опенько В. А. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. *Фінансовий простір*. 2017. № 3. С. 13-21. URL: <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/files/1703/17kgttme.pdf>.

2. Коваленко В.О. Розробка заходів з підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. *Економіка підприємства*. 2013. №2. С. 15-18.

3. Краус Н. М., Голобородько О. П., Краус К. М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. *Ефективна економіка*. 2018. № 1. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf

4. Лісова Р. М. Вплив діджиталізації на бізнес-моделі: етапи та інструменти цифрової трансформації. *Науковий вісник Ужгородського національного*

університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 24 (2). С. 114-118.

5. Шатілова, О. В., Шишук, Н. О. Цифрові інструменти інноваційного розвитку бізнес-організації. *Проблеми економіки*. №4 (46), С. 249-255.

УДК 338.5:504.03

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ БРЕНДІВ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

СОФІЯ КОНЕВИЧ¹, ПЕТРО ВІДЛИВАНИЙ²

¹ІФНТУНГ, Україна

² ВСП «Калуський фаховий коледж економіки, права та інформаційних технологій ІФНТУНГ», Україна

Використання принципів сталого розвитку у маркетинговій діяльності допомогло виробникам створювати та рекламувати екологічні бренди, які стали відповіддю на зростаючу потребу в соціально-етичному маркетингу. Це сприяло формуванню інноваційних рішень, зокрема, в галузі реклами та продажу товарів та послуг, з урахуванням вимог збереження навколишнього середовища. Розвиток цієї сфери наукових інтересів має велику актуальність та стратегічне значення для подальшого поширення ідеї сталого розвитку в усіх галузях економіки та соціального життя.

Парадигма сталого розвитку базується на принципах соціальної відповідальності бізнесу, яка включає в себе взаємовідносини між людиною, бізнесом та екологією, орієнтовані на створення паритетних умов для всіх учасників. У цьому контексті спостерігається перехід від економіки, спрямованої на використання ресурсів, до економіки системного відтворення ресурсів. Такий підхід передбачає розвиток всіх підсистем відтворення, починаючи з екологічних та рециклінгових систем, і закінчуючи створенням економічних систем замкнутого циклу. Отже, поняття сталості базується на системі впорядкованих технічних, наукових, екологічних, економічних та соціальних ресурсів таким чином, що результуюча система здатна підтримуватись у стані рівноваги в часі та просторі [1]. Такий підхід дозволяє забезпечити сталість у всіх аспектах життя, зберегти навколишнє середовище та забезпечити належні умови для життя наших нащадків.

Для досягнення сталого розвитку потрібен комплексний підхід, який включає екологічну безпеку, економічну стабільність та соціальне благополуччя. Ці аспекти не можуть розглядатись окремо, оскільки вони взаємопов'язані і взаємозалежні.

Збереження та відновлення природних екосистем, а також зниження викидів шкідливих речовин є основними екологічними пріоритетами. Застосування зелених технологій та реалізація екологічної політики допоможуть забезпечити сталість довкілля.

Економічна стабільність потребує створення ефективної економіки, що забезпечує гідний рівень життя громадян і зростання конкурентоспроможності продукції. Це можливо за умови розвитку інноваційних технологій, зменшення відходів та використання енергоефективних рішень.

Соціальне благополуччя передбачає збільшення середньої тривалості життя населення, планування родини та раціоналізацію особистого споживання, розвиток соціальної активності громадян, забезпечення рівних можливостей в одержанні медичної допомоги та соціального захисту уразливих груп населення.

Концепція сталого розвитку, що здійснюється за допомогою екологічного маркетингу, передбачає задоволення потреб сучасного покоління з урахуванням потреб майбутніх поколінь. Дана концепція складається з двох частин [2]:

1) використання природних ресурсів з такою швидкістю, яка дозволить їх відновлення; якщо ресурси є невідновлювальними, то їх обсяги використання мають бути забезпечені альтернативними джерелами;

2) відходи виробництва та забруднення навколишнього середовища мають бути швидко виведені або забезпечені системами рециклінгу.

Органічні продукти повинні відповідати трьом критеріям: економічність, екологічність та безпечність. Екологічні товари можуть бути екологічно нейтральними або екологічно направленими. Нейтральні товари є безпечними для навколишнього середовища, тоді як екологічно направлені товари повинні здійснювати гармонійний вплив на екосистему. Концепція екологічного маркетингу передбачає створення "зелених брендів" та розробку маркетингових інструментів для їх просування в контексті сталого розвитку. Одним з основних та дієвих маркетингових інструментів є стратегія брендингу для "еко-брендів", в рамках якої атрибути бренду можуть змінюватися. У цьому контексті було розроблено піраміду еко-брендів з визначеними атрибутами бренду (Рис. 1).

Відповідно до підходу Brand Pyramid, модель атрибутів еко-брендів дозволяє розробити маркетинговий інструментарій для їх просування. Для успішної просування цінності еко-брендів потрібно розробляти стратегії позиціонування, які базуються на виборі одного з чотирьох напрямків або їх поєднанні. Ціна є основним складовим елементом цінності бренду, тому вона повинна бути обов'язковою складовою позиціонування при використанні стратегії позиціонування, яка заснована на двох або трьох вигодах [3].

Позиціонування за ціною може бути успішно поєднано з функціональними, емоційними, вигодами самовираження, екологічними та соціальними вигодами. Таким чином, для ефективного використання маркетингового інструментарію в часі просування брендів за допомогою стратегій позиціонування, можна сформулювати такі напрямки: "ціна/функціональні вигоди", "ціна/емоційні вигоди", "ціна/вигоди самовираження" та "ціна/соціальні вигоди".



Рисунок 1 Модель атрибутів еко-брендів на основі підходу Brand Pyramid

Стратегія позиціонування на основі співвідношення "ціна/функціональна вигода" ґрунтується на перевагах функціональності та якості бренду у порівнянні з його ціною. Цей підхід можна реалізувати через стратегії ціноутворення на основі співвідношення "ціна/якість".

Стратегія позиціонування на основі співвідношення "ціна/емоційна вигода" базується на створенні стійких асоціацій, пов'язаних з брендом, за допомогою емоційного впливу на свідомість споживача. У цьому контексті можна використовувати стратегію високих цін, оскільки емоційна складова може бути основою для вибору споживача.

Стратегія позиціонування на основі співвідношення "ціна/вигода самовираження" базується на використанні потреб споживачів у самовираженні та самореалізації.

Стратегія позиціонування на основі співвідношення "ціна/екологічна вигода" базується на використанні екологічних вигід від споживання органічних товарів. Вона повинна використовувати інструменти популяризації здорового способу життя та гармонізації взаємодії суспільства та екосистем, створенню попиту на екологічні товари.

Стратегія позиціонування на основі співвідношення "ціна/соціальна вигода" базується на засадах соціальної відповідальності бізнесу перед суспільством. Цей аспект має бути відображеним у стратегії позиціонування.

Ефективний маркетинг екологічних брендів включає в себе проведення досліджень та аналіз ринку, визначення конкурентних переваг, розробку та впровадження стратегій позиціонування, рекламну кампанію, залучення відгуків та повідомлень у соціальних мережах та інших онлайн-ресурсах.

Список використаних джерел

1. Elkington J. (1997) *Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone : Oxford. 424 p.
2. Baker J. Michel (2003) *The marketing book (fifth edition)*. 726–755.
3. Смерічевський С. Ф., Полоус О. В. (2018) Трансформація економічних процесів в контексті глобалізаційних зрушень. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 22 (2), 142–148.

УДК 658.8:502/504:338.24

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ: СТРАТЕГІЯ ESG-МАРКЕТИНГУ

ОЛЬГА ВОВЧАНСЬКА¹, ЛІЛІЯ ІВАНОВА²

¹Львівський торговельно-економічний університет, Україна

²Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського, Україна

Починаючи з 70-х років минулого століття, екологічні та соціальні проблеми стали першочерговими в бізнес-планах компаній, порядку денному політиків, а життя людей стало рушійною силою інновацій і стійких змін. Необхідність розробки цілей і цінностей, заснованих на екологічному, соціальному та корпоративному управлінні, є одним із найбільших трансформаційних викликів, з якими коли-небудь стикався маркетинг. До недавнього часу роль маркетингу полягала, головним чином, у забезпеченні зростання прибутку та залученні клієнтів шляхом розвитку бренду і комунікацій компанії. Незаперечуючи вагомість цих чинників, домінантними стають цінності стратегії ESG-маркетингу. Парадигма ESG полягає в тому, щоб максимізувати інтегровану цінність економіки, навколишнього середовища та суспільства; це стосується набору нефінансових показників ефективності, включаючи екологічні (Environmental), соціальні (Social) і корпоративного управління (Governance). Екологічні критерії охоплюють вплив корпоративної діяльності на навколишнє середовище, зокрема, викиди парникових газів, енергоефективність і споживання, а також управління відходами та ресурсами. Соціальні чинники включають соціальні стосунки компанії, особливо з її працівниками, наприклад, гендерну політику, трудові стандарти, здоров'я та безпеку працівників. Показники корпоративного управління вимірюють те, як здійснюється керівництво компанією та балансування або вирівнювання інтересів різних зацікавлених сторін. Компанія, яка впроваджує маркетингову стратегію, спрямовану на досягнення цілей відповідно до парадигми ESG, досягає успіху у створенні

більшої акціонерної вартості в середньо- та довгостроковій перспективі. Парадигма ESG вважається однією з рушійних сил для реалізації Цілей сталого розвитку, запропонованих Генеральною Асамблеєю Організації Об'єднаних Націй (ООН) у 2015 році [1].

Варто зазначити, що ідея сталого розвитку не є новою, проте інтеграція заходів, стратегій і звітності з ESG в основну бізнес-модель стає все важливішою для компаній. Зосередження маркетингових зусиль компаній навколо стратегій сталого розвитку та ефективний тематичний сторітеллінг підвищують лояльність до бренду та його цінність. Позиціонуючи маркетингові повідомлення компанії на ринку, важливо продемонструвати цінності компанії щодо корпоративної свідомості, екологічної відповідальності, етичного менеджменту, лікування співробітників тощо [2].

Багато компаній узгоджують свою корпоративну культуру, стратегії та продукти з принципами сталого розвитку, отримуючи від цього конкурентну перевагу. Зелений маркетинг є ключовим чинником цього процесу. Один бізнес покращує чисте виробництво шляхом проектування та розробки екологічно чистих продуктів. Інший бізнес підтримує та зміцнює стале споживання, підтримуючи максимальну поінформованість споживачів. В інформуванні та пропаганді переваг зеленого маркетингу ключову роль відіграє реклама. Зелений маркетинг різновекторно еволюціонував: впроваджено нові його стратегії, розроблено різні типи екологічно чистих продуктів, споживачі активно залучаються до сталого розвитку на додаток до збереження навколишнього середовища та соціальної відповідальності. Згідно зі звітом BoF & McKinsey, 60% представників мілленіалів у світі готові витратити більше на бренди з корпоративною соціальною відповідальністю [2]. Хоча більшість компаній усвідомлюють загальну репутацію свого бренду, врахування конкретного репутаційного впливу, пов'язаного з ESG, може надати нові можливості для покращання бренду та його конкурентоспроможності.

Важливість стратегії ESG-маркетингу значно зросла останніми роками, позаяк все більше і більше інвесторів прагнуть узгодити власні інвестиції зі своїми цінностями та здійснювати позитивний вплив на світ. Компанії із збалансованою практикою ESG часто вважаються відповідальнішими та стійкими, що забезпечує їм кращі довгострокові фінансові показники. За останні роки задекларовано кілька резонансних напрямів у середовищі ESG. Одним з них є дедалі більша увага до зміни клімату та ролі, яку бізнес може відіграти у вирішенні цієї глобальної проблеми. Крім того, більше уваги приділяється різноманітності, справедливості і залученню, а також прозорості ланцюга постачання та трудової практики. У результаті все більше і більше компаній почали звітувати про ефективність стратегії ESG-маркетингу та про свої зусилля з її впровадження і дотримання.

Маркетингові повідомлення за концепцією ESG створюють капітал бренду, фінансову вартість і потенціал справжнього соціального впливу. ESG-маркетинг – це діяльність із просування суттєвих екологічних, соціальних і управлінських атрибутів стратегії компанії її інвесторам, покупцям та іншим зацікавленим сторонам відповідно до корпоративної мети та місії. ESG-маркетинг складається з

п'яти вимірів: екологічні переконання, соціальні переконання, переконання в управлінні, реклама ESG та брендинг ESG. Серед основних переваг використання стратегії ESG-маркетингу варто виділити: лояльність споживачів; довіра інвесторів; унікальна ціннісна пропозиція; конкурентна перевага; позитивний імідж; якісні продукти та послуги; підвищення прибутку компанії.

Маркетингові дослідження показують, що такі бренди як Samsung, SK, Hyundai, Kia Motors, Hanwha та POSCO впроваджують ESG-маркетинг як свою стратегію виживання, зосереджуючись на розвитку відновлюваних джерел енергії, позбавленні добувного палива, розширенні використання електромобілів тощо. Глобальний онлайн-продавець Amazon зарекомендував себе як лідер ESG-маркетингу, здійснивши ключові інвестиції в стійкість. Компанія задекларувала досягти нульового чистого вуглецевого сліду до 2040 р. та забезпечити свою діяльність стовідсотковою відновлюваною енергією до 2025 р. Компанія має фонд Climate Pledge Fund з \$ 2 млрд., який інвестує у фірми, що створюють продукти та послуги для захисту планети. Amazon також здійснює управління та соціальні інвестиції: підвищує мінімальну зарплату та продовжує покращувати досвід співробітників у компанії[3].

Глобальна компанія з кредитних карток Visa включає компенсацію та пільги працівникам як частину своєї обіцянки подолати бідність у всіх її формах. Це дивовижне визнання роботодавця, що його власна модель компенсації є частиною ключа до вирішення проблеми бідності в його громадах. Компанія також прагне вирішити проблему представництва в компанії, покращити добробут співробітників і зберегти різноманітні таланти. Що стосується захисту планети, Visa зобов'язується продовжувати стовідсотково використовувати відновлювані джерела енергії у своїй діяльності, підтримувати сертифікацію LEED для своїх офісів і будівель, скорочувати викиди парникових газів і підтримувати перехід до економіки з низьким вмістом вуглецю. Компанія також зобов'язується скоротити кількість відходів, які відправляються на звалище, та інші екологічні практики. Що стосується корпоративного управління, то інвестиції компанії в добробут приносять дивіденди працівникам, тому 94% працівників вважають, що їхній добробут є головним пріоритетом для Visa[4].

Готельна мережа Marriott є прикладом того, коли компанія робить довгострокові інвестиції у свою громадськість та світ. Понад \$130 млн. було зібрано Marriott для лікарень Children's Miracle Network з 1983 р., та понад \$48 млн. – для ЮНІСЕФ з 1995 р. Коли під час глобальної пандемії готельний ринок та компанії зазнали величезних збитків, клієнти все ще пам'ятають всю хорошу роботу, яку компанія зробила в минулому, і цієї репутації достатньо, щоб забезпечити Marriott вищі рейтингові показники[3].

Netflix стовідсоткововикористовує відновлювану енергію. Компанія схвалила Паризьку кліматичну угоду ООН і повідомляє про свою участь у зусиллях, спрямованих на досягнення цих цілей. Коли мова йде про соціальну сферу та управління, Netflix приєднується до інших брендів у зосередженні на зусиллях, спрямованих на зменшення системного расизму та нерівності, покращення різноманітного представництва в компанії тощо. Netflix досягнув гендерної рівності щодо головних ролей у продукованих фільмах і серіалах, перевищив

пропорційне представництво темношкірих у головних і співголовних ролях. Netflix задекларував інвестиції у розмірі \$100 млн. зовнішнім організаціям, щоб допомогти влаштувати успішних людей з маргінальних спільнот на роботу в кіно та індустрію розваг. Компанія також використовує те, що вона називає «відкритою компенсацією», щоб допомогти боротися з різницею в оплаті праці між різними співробітниками. Netflix також пропонує комплексні переваги, такі як відпустка по догляду за дитиною для обох батьків, комплексний догляд за трансгендерними і небінарними особами в планах охорони здоров'я США [5].

Фінтех-компанія PayPal розробила стратегію ESG-маркетингу, що базується на чотирьох засадах: підтримка корпоративної культури, побудова інклюзивної глобальної економіки, зменшення впливу на навколишнє середовище та відповідальне і етичне ведення бізнесу. Технологічний гігант Apple повідомив, що у 2021 р. 20% усіх матеріалів, які застосовувались в продуктах Apple, були переробленими. Також з 2015 р. Apple зменшила кількість пластику в упаковці на 75% та планує повністю видалити пластик зі своїх упаковок до 2025 р. Один із найбільших американських банків Bank of America минулого року заявив про виділення \$1 трлн на підтримку зеленого фінансування до 2030 р. Банк також планує досягти нульового викиду вуглецю до 2050 р. [6].

В Україні маркетинговий ESG-тренд тільки розпочинає формувати загальний спосіб мислення населення, але позитивно, що це вже не питання роботи з майбутніми поколіннями споживачів, а реальність сьогодення. З перших днів повномасштабної російсько-української війни для всіх без винятку підприємств та організацій соціальний складник вийшов на перший план. Питання енергоефективності та «зеленої» енергетики як частини програми відновлення держави після війни теж є частиною стратегії ESG-маркетингу. Відтак можна сказати, що залежно від поточної ситуації та галузі акцент в стратегії ESG-маркетингу змінюється на E, S або G, але тренд залишається нагальним [7].

Постійно змінні соціальні, екологічні та економічні виклики суспільства зумовили складніші проблеми, такі як зміна клімату, забруднення навколишнього середовища, безробіття та бідність. Оскільки діловий світ прийняв рішення про те, що підприємства несуть відповідальність за добробут суспільства, все більше корпорацій перемістили свою увагу на екологічні, соціальні та управлінські проблеми. Таким чином, стратегія ESG-маркетингу охоплює комплекс питань, пов'язаних із навколишнім середовищем (наприклад, зменшення споживання ресурсів), соціальною відповідальністю (наприклад, вплив на громади) та корпоративним управлінням (наприклад, кодекс поведінки). Сприймання стратегії ESG-маркетингу можна визначити як оцінку клієнтом того, наскільки добре компанія здатна відповідати очікуванням зацікавлених сторін і зобов'язанням у суспільстві шляхом участі в різнопланових ініціативах.

Список використаних джерел

1. Department of Economic and Social Affairs Sustainable Development. THE 17 GOALS. URL: <https://sdgs.un.org/goals>
2. ESG marketing - The importance of telling your story. URL: <https://esg.conservice.com/esg-marketing-importance-telling-your-story/>
3. 7 highest-ranked ESG brands for 2021. URL: <https://www.prdaily.com/7->

highest-ranked-esg-brands-for-2021/

4. Visa. 2020 Environmental, Social & Governance Report. URL: <https://usa.visa.com/dam/VCOM/global/about-visa/documents/visa-2020-esg-report.pdf>

5. Netflix. Environmental Social Governance 2020. URL: https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_downloads/2021/03/2020-SASB-Report_FINAL.pdf

6. Що таке ESG-принципи і чому компаніям важливо їх дотримуватися. URL: <https://fintechinsider.com.ua/shho-take-esg-prynczyru-i-chomu-kompaniyam-vazhlyv-yih-dotrymuvatysya/>

7. Тренд ESG в Україні. URL: <https://www.tot.com.ua/post/esg-trend-in-ukraine>

УДК 339.138

ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ КОМУНІКАЦІЙ МАРКЕТИНГУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

МАЙЯ ГОЛОВАНОВА

*Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут», Україна*

В останні роки важливість будь-яких комунікації щодо сталого розвитку зростає. Багато середніх і великих компаній інвестують у сталий розвиток, і комунікаційний елемент має стратегічне значення для створення вартості.

Сталий розвиток розглядається в таких аспектах:

– соціальна стійкість, коли пропонуються справедливі та інклюзивні умови добробуту для тих, хто працює (корпоративний добробут), і для людей поза компанією, на яких певним чином впливає підприємницька діяльність;

– екологічна стійкість, коли зберігається навколишнє середовище, щоб зберегти достатні природні ресурси у часі;

– економічна стійкість, коли зберігається здатність отримувати прибуток і працювати в короткостроковій і довгостроковій перспективі – ця сфера включає циркулярну економіку, скорочення відходів та ефективність виробництва, стійке фінансування.

Маркетинг сталого розвитку також відомий як «зелений маркетинг» поєднує маркетингові стратегії з екологічними та соціальними інвестиціями. Промисловий і комерційний сектор завжди критикували за відходи, забруднення та неправдиву рекламу. Посилення індустріалізації країн призвело до неймовірного збільшення забруднення та водночас до більшої уваги споживачів до екологічних та соціальних питань, що приводить до змін у купівельній поведінці. Щоб протистояти таким явищам, які можуть призвести до подальшого насичення ринку неякісними товарами, все більше компаній звертаються до сталої маркетингової стратегії, зокрема її комунікативної складової.

«Зелений» маркетинг є ключовим інструментом, за допомогою якого компанія має визначати свої стратегії, щоб задовольнити всіх суб'єктів, які

взаємодіють у її ринковому середовищі, приділяючи особливу увагу екологічній стійкості, а клієнти, партнери, постачальники та зацікавлені сторони повинні стати частиною цілісного сталого маркетингового підходу.

Серед принципів сталого маркетингу, які треба сьогодні прийняти та застосувати для розроблення маркетингових цифрових комунікацій слід зазначити такі[1]:

- принцип орієнтованості на споживача, який означає, що компанія або організація розглядає свою маркетингову стратегію з точки зору споживача;

- принцип створення цінності для споживача, який передбачає докладання найбільших зусиль і ресурсів для постійного вдосконалення доданої вартості пропозиції: оскільки компанія створює цінність для клієнта, клієнт, у свою чергу, створює цінність для компанії;

- принцип інноваційного маркетингу, який гарантує, що організація ніколи не припиняє знаходити кращі способи розроблення продуктів, послуг і кращих шляхів виходу на ринок. Ті, хто ігнорує інновації, які націлено на сталий розвиток, втрачать клієнтів на користь тих, хто знаходить все кращі способи;

- принцип усвідомлення широкої місії, яка звертається до суспільства, а не лише до продукту, що дає компанії чіткий, довгостроковий напрямок і служить якнайкраще довгостроковим інтересам споживачів і бренду;

- принцип соціальності, який дає змогу компанії збалансовувати рішення, що базуються на бажаннях клієнта, вимогах компанії та довгострокових інтересах клієнта та суспільства. Інноваційні компанії дивляться на потенційні суспільні проблеми як на можливості.

Тому маркетинг сталого розвитку можна вважати екологічно орієнтованим, економічно успішним, етичним, орієнтованим на клієнта.

Рамочна концепція маркетингу сталого розвитку має включати такі елементи [2]:

- довгострокова орієнтація;
- вирішення питань ставлення до навколишнього середовища, клієнтів та бізнесу;

- бізнес і аналітика продуктів;

- цільовий баланс економіки, екології та суспільства.

Для повного впровадження у всі напрямки бізнесу ідей маркетингу сталого розвитку необхідно забезпечити:

- розроблення плану стійкого комунікаційного розвитку;
- визначення найкращих каналів комунікації для різних зацікавлених сторін;
- створення комунікаційного матеріалу для розвитку стійкої ідентичності зеленого бренду: брошури, відео, соціальні кампанії;

- спрямування заходів екологічного маркетингу на просування продуктів та/або послуг із характеристиками, пов'язаними з екологічністю;

- налагодження прозорого, зрозумілого та ефективного стилю комунікації, який цінує передову практику та переваги для навколишнього середовища;

– проведення порівняльного аналізу, зосередженого на комунікації сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності: розуміння того, як і що говорять конкуренти;

– розроблення внутрішніх комунікаційних кампаній, які підвищують корпоративну культуру та цінності, корпоративну соціальну відповідальність для залучення та посилення почуття причетності працівників.

Дослідження, проведені останнім часом провідними дослідницькими компаніями, показують, що з кожним роком все більше споживачів віддають перевагу таким продуктам, які поважають навколишнє середовище, і майже половина споживачів готові платити до 5 % більше, щоб підтримати екологічно чисту компанію. Дослідження також показали, що користувачі віддають перевагу онлайн-купівлі і є більш чутливими та залученими до рекламних кампаній через Інтернет або через мобільний телефон.

Нарешті, дуже важливо застосовувати маркетингові комунікаційні стратегії відповідально, тому важливо уникати друкованих кампаній, рекламних щитів і флаєрів, а віддавати перевагу цифровому маркетингу та цільовій комунікації за допомогою соціальних мереж, блогів, маркетингу електронною поштою та інформаційних бюлетенів. Компанії можуть використовувати, наприклад, такі цифрові інструменти маркетингової комунікації:

1) рекламні сайти. Незалежно від того, чи це компанія B2B або B2C, важливою є її онлайн-присутність із веб-сайтом, який є добре обслуговуваним і має оновлений вміст, націлений на сталий розвиток, на впровадження принципів екологічного маркетингу та є написаним у ключі SEO для сприяння відповідному позиціонуванню в пошукових системах;

2) електронний маркетинг: електронна пошта може бути рекламним засобом сталого розвитку компанії і екологічності її продуктів, якщо користувачі погодяться отримувати періодичні бюлетені з інформацією не тільки про продукти, знижки та акції, а і про склад цих продуктів, екологічність упаковки, участь компанії, що виробляє певний продукт, у заходах, націлених на зростання суспільного добробуту, застосування та поширення принципів ведення циркулярного бізнесу;

3) мобільний маркетинг: мобільний канал можна використовувати для надсилання рекламних SMS, для рекламних повідомлень або для участі в конкурсах, націлених на поширення сталого розвитку споживання;

4) маркетинг у соціальних мережах – при цьому треба пам'ятати, що кожна платформа краще підходить для певного вмісту чи форматів. Так, в Instagram, соціальній мережі візуального натхнення, слід публікувати якісний фотоконтент з історіями виготовлення органічних виробів, при цьому можна чергувати технічні/ екологічні поняття з відеофрагментами для захоплення й утримання уваги аудиторії. В свою чергу Facebook буде цікавим для створення спільнот через публічні або приватні групи. Twitter добре підходить для стислої інформації та комунікації в реальному часі, а його використання компаніями безпосередньо під час заходів є дуже ефективним. Нарешті, канал YouTube, де можна завантажувати професійні відео, є також важливим інструментом комунікації у стратегії відеомаркетингу.

Таким чином, застосування комунікаційних цифрових інструментів маркетингу сталого розвитку – це об'єднання зусиль щодо споживання, виробництва, розповсюдження, пакування та рекламування продукції з екологічною чутливістю або дотриманням екологічних рекомендацій. Шлях до сталого розвитку – це не просто застосування набору таких інструментів, це скоріше багатосекторальний підхід, метою якого є не лише забезпечення більшого екологічного, соціального та людського благополуччя, а й збереження його протягом тривалого часу, забезпечення гідного існування для майбутніх поколінь

Список використаних джерел

1. The Ultimate Guide to Sustainable Marketing. *Yodelpop*. URL : <https://www.yodelpop.com/ultimate-guide-to-sustainable-marketing>.

2. Пелих І. А., Голованова М. А. Маркетингові засади циркулярної економіки. *Маркетинг очима молоді: V Всеукраїнська науково-практична конференція студентів і молодих вчених ХНУ (Хмельницький, 10 червня 2022 р.)*. Хмельницький: ХНУ, 2022. С.84–87.

УДК 339.1

МЕРЧАНДАЙЗИНГОВІ ПІДХОДИ ДО СТИМУЛЮВАННЯ СПОЖИВАЧІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

ОЛЕГ ДЗЬОБА, ВІКТОРІЯ ЖОЛОБАК

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Сучасний етап розвитку підприємств роздрібною торгівлі продовольчими товарами характеризується посиленням конкуренції, зростанням невизначеності та динамічності, необхідністю швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища та адаптуватися до них. Вирішення окреслених проблем вимагає постійного пошуку резервів та напрямків удосконалення управління збутовою діяльністю, а відтак концентрації зусиль менеджерів, маркетологів, мерчандайзерів, в першу чергу, на розроблення та ефективне використання засобів впливу на поведінку потенційних споживачів.

Характеризуючи широкий спектр досліджень вітчизняних та зарубіжних науковців, присвячених питанням розробки та реалізації комплексу маркетингу, удосконалення управління збутовою діяльністю, доречно згадати прізвища таких авторів, як Балабанова Л.В., Божкова В.В., Іщенко Н.М., Кузьмін О.Є., Марищук Я.В., Норіцина Н.І., Сокол П.М., Г. Болт, Ф. Котлер, Е. Кофлан, Є. Ромат, А. Стрикленд, Г. Стюарт, Е. Хелферт та інші. Незважаючи на вагомий здобутки цих та інших науковців, проблема вивчення особливостей збутової діяльності конкретних підприємств, а також стимулювання цільових аудиторій в умовах швидкоплинних змін зовнішнього середовища продовжує залишатися актуальною.

Метою даного дослідження є виявлення особливостей збутової діяльності через вивчення поведінки споживачів та формування комплексу заходів щодо стимулювання збуту на прикладі продовольчих магазинів мережі «GoodFood».

Магазини мережі «GoodFood» спеціалізуються на продажі продуктів харчування, напоїв та пропонують широкий асортимент товарів, які включаються до категорій м'ясо та м'ясні вироби, риба та морепродукти, фрукти та овочі, хлібобулочні вироби, напої та алкогольні напої, консервовані продукти, крупи, спеції та інші.

Формат торгівлі продуктових магазинів мережі «GoodFood» передбачає поєднання самообслуговування для товарів, які знаходяться на полицях в межах спеціальних викладок, коли клієнти можуть самостійно вибирати продукти, скласти у кошики та проходити через касу, а також відділ свіжої випічки та зону кафетерію. Одним із акцентів у торгівлі магазинів мережі «GoodFood» є саме позиціонування на свіжій випічці безпосередньо у торговій точці, що на сьогодні є привабливою особливістю у порівнянні з конкурентами.

Асортимент товарів продуктових магазинів мережі «GoodFood» розрахований на споживачів різних вікових груп, статі та рівня доходів. Персонал магазинів, служба мерчандайзингу активно вивчають потреби своїх споживачів, здійснюють моніторинг рівня задоволеності споживачів зробленими покупками, аналізують відповідність асортименту потребам споживачів, контролюють та аналізують обсяги продажів, удосконалюють цінову політику тощо.

Задоволення потреб споживачів є однією з ключових цілей будь-якого продуктового магазину. Якщо асортимент товарів не задовольняє потреби споживачів, то це може призвести до зниження продажів та негативно позначитися на репутації магазину.

Для того, щоб асортимент товарів задовольняв потреби споживачів, служба мерчандайзингу мережі «GoodFood» періодично проводить аналіз своєї цільової аудиторії і намагається зрозуміти потреби та очікування потенційних покупців. Крім того, магазини пропонують споживачам високоякісні товари за доступними цінами, які більш повно відповідають потребам споживачів.

Нами в процесі дослідження (на прикладі одного із магазинів мережі «GoodFood» в м. Івано-Франківську) було проведено оцінку того, наскільки асортимент товарів задовольняє потреби споживачів. При цьому було використано різні способи, зокрема опитування споживачів, вивчення ринку та конкурентів, аналіз продажів та поведінки споживачів у магазині. Результати досліджень підтвердили, що у магазині періодично проводять подібні оцінки, за результатами яких вносять зміни у асортимент товарів згідно з потребами споживачів, що в цілому позитивно впливає на задоволення клієнтів, мотивує їх до здійснення покупок саме в цьому магазині, що підвищує конкурентоспроможність даного закладу роздрібною торгівлі та сприяє досягненню успіху на ринку.

Приваблення споживачів та вплив на їх рішення про покупку, іншими словами стимулювання споживачів, є важливою частиною стратегії продажу в продуктових магазинах. Для досягнення цієї мети, магазин може використовувати різні методи та інструменти маркетингу.

Один з таких методів – це реклама. Продуктовий магазин «GoodFood» використовує рекламні оголошення, брошури, купони та інші

види реклами, щоб привернути увагу споживачів та повідомити їх про свої товари та акції.

Ще один важливий метод – це використання відповідного дизайну та оформлення інтер'єру магазину з точки зору приваблення потенційних покупців. Мерчандайзери магазину намагаються розробити зручне розташування вітрин, полиць та прилавків, щоб споживачі могли легко знайти потрібний товар. Також, використовуються такі рішення, як використання яскравих кольорів, вітрин з ефектним декором, музики та ароматів, щоб створити привабливу та комфортну атмосферу для покупців. Проведене опитування покупців підтвердило, що у переважній більшості вони схвально сприймають дизайнерські рішення, а також підходи до формування привабливої атмосфери магазину.

Щодо впливу на потенційних та наявних клієнтів, то зазначимо, що для стимулювання рішення споживачів про покупку у продуктовому магазині можуть використовувати різні стратегії ціноутворення, знижки, акції та програми лояльності. Для прикладу, магазин «GoodFood» пропонує всім споживачам взяти какао і таким чином клієнт отримає безкоштовний круасан на його вибір. Або, ще одна акція, яка користується попитом, це «знижка п'ятниці». Беручи 3 будь-які піци, споживач отримає в подарунок 4-ту піцу «Маргариту». Особливо така акція користується попитом серед молоді. Також, у магазині практикують використання спеціальних етикеток з описом товару та різними маркуваннями, щоб допомогти споживачам зробити відповідальний та обдуманий вибір.

В цілому, приваблення споживачів та вплив на їх рішення про покупку – це складний та багатоступеневий процес, який потребує знань про поведінку споживачів, їх потреби та очікування. Менеджери магазинів роздрібної торгівлі спільно з маркетологами та мерчандайзерами повинні постійно аналізувати свою стратегію та використовувати нові технології для досягнення своєї мети та успіху в перспективі.

Для найкращого задоволення запитів споживачів і підвищення їх лояльності до продуктового магазину, враховуючи результати проведеного аналізу, рекомендуємо дотримуватись такого алгоритму дій:

1) Дослідження потреб і побажань споживачів. Для цього можна використовувати різні методи, такі як опитування, аналіз покупок, спостереження за покупцями. На основі отриманих даних можна скласти оптимальний асортимент товарів та послуг.

2) Забезпечення якості продуктів. Необхідно забезпечити якість продуктів, яку споживач очікує від продуктового магазину. Для цього необхідно вибирати надійних постачальників та забезпечувати правильне зберігання та транспортування продуктів.

3) Комунікація зі споживачами. Важливо створити зручні умови для спілкування з покупцями, що дозволить їм висловлювати свої побажання та зауваження. Також потрібно інформувати клієнтів про новинки та акції.

4) Розвиток послуг та додаткових сервісів. Тут можна застосувати низку інноваційних підходів та нестандартних рішень. Наприклад, можна надавати послуги з доставки, створити програму лояльності зі знижками та бонусами для

постійних клієнтів, а також забезпечити можливість замовлення товарів заздалегідь.

5) Підвищення ефективності обслуговування. Важливо забезпечити швидку та якісну обробку замовлень та оплат, а також забезпечити приємну атмосферу та зручні умови для покупців.

6) Аналіз результатів роботи та вдосконалення процесів. Необхідно постійно аналізувати роботу магазину, враховувати відгуки клієнтів та вдосконалювати процес, забезпечуючи при цьому підвищення ефективності діяльності закладу роздрібною торгівлі.

УДК 658.8

МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ В РІТЕЙЛІ

ТЕТЯНА ДРОНОВА, ВІКТОРІЯ ПАВЛЮК

Університет митної справи та фінансів, Україна

Інновації у торгівлі - кінцевий результат інноваційної діяльності, реалізований у вигляді трансформації торгово-технологічного процесу. Використання інноваційних інструментів маркетингу має системний характер. Системний підхід у роздрібній торгівлі передбачає взаємозв'язок виробництва, торгово-технологічного процесу та управлінської надбудови. Маркетинг та технології торгівлі перетинаються в організаційному процесі. Під маркетинговою технологією розуміють комплекс взаємозалежних прийомів, способів впливу та прийняття рішення, які формують стратегію торгової компанії з управління своєю позицією на ринку, на вибір та досягнення поставлених цілей. Методика оцінки інноваційних маркетингових технологій дозволяє оцінити результативність їх застосування у торгово-технологічному процесі. Використання маркетингових інновацій у торгівлі допомагає приймати управлінські рішення, формує лояльність споживача до підприємства, підвищує його конкурентоспроможність.

Коронакриза та війна в Україні стали переломними моментами розвитку ритейлу. Оптова та роздрібна торгівля, зіткнувшись з обмеженнями та логістичними складнощами, зробили ставку на інновації. Цей тренд лише набирає обертів, роблячи будь-який бізнес більш стабільним, доступним, зручним та безпечним.

Інновації в цій галузі зараз запроваджуються та адаптуються під потреби бізнесу. Тому дуже важливо розуміти, які технологічні тренди будуть для ритейлу вирішальними, як вони змінять досвід покупців та які можливості відкриють малому бізнесу та гігантам роздрібною торгівлі (табл. 1).

Порівняльна характеристика маркетингових інновацій в ритейлах

Назва інновації	АТБ	Сільпо
1. Купуй без черги	Покупець може заощадити час і мінімізувати контакти, зібравши свій пакет онлайн і відзначивши магазин, де його можна отримати. До того моменту, коли він прийде в маркет, його продукти вже будуть підготовлені. Потрібно тільки оплатити покупку (також це можна зробити онлайн і показати чек в спеціально відведеній зоні магазину). На все це піде не більше п'яти хвилин. Швидко, просто, безпечно і зручно.	Онлайн-супермаркет Сільпо розташований на окремому порталі shop.silpo.ua. потрапити в нього можна, як за наведеним посиланням, так і перейшовши з офіційного сайту мережі silpo.ua або мобільного додатку.
2. Scan & Go	Українські мережі супермаркетів Сільпо і АТБ зробили ще один крок назустріч клієнтам, ввівши в себе послугу «Scan&Go». Новий сервіс не тільки підвищить зручність процесу покупок, але і дозволить заощадити час на касі.	
	Дозволяє за допомогою смартфона самостійно відсканувати штрих-коди продуктів і оплатити їх онлайн в спеціальному мобільному додатку «Скануй Купуй». Після цього потрібно лише показати консультанту на виході інформацію про оплату. Компанія планує використовувати цю технологію у всіх супермаркетах.	У Сільпо ця послуга отримала назву «Вільна каса» і почала функціонувати ще влітку. Skorистатися нею можна тільки в тих магазинах, де є спеціально обладнані каси. Спочатку вона була доступна тільки в 59 з понад 260 супермаркетів Сільпо. Однак з кожним місяцем їх кількість зростає. Дізнатися адресу кожного з таких магазинів можна у відповідному мобільному додатку.
3. Прайс-чекер	Вже стартував проект по установці в магазинах прайс-чекерів. Це невеликі прилади, за допомогою яких можна самому відсканувати товар, щоб дізнатися його вартість.	-
5. Каса самообслуговування	Клієнти банку, які відвідують офіс АТБ, можуть скористатися терміналами самообслуговування, тим самим, економити свій час, не чекаючи своєї черги в касу.	Деякі магазини мережі мають каси самообслуговування, де відвідувачі самі можуть відсканувати куплений товар і розрахуватись банківською платіжною картою
6. Дизайнерські рішення	Мережа супермаркетів АТБ в процесі ребрендингу своїх торгових точок вибрали нове колірне рішення. Ексклюзивно для цієї компанії були розроблені дві колекції керамограніту INTER GRES. Для облицювання фасадів магазинів була використана колекція ALLEGRO GRAY темного графітового кольору під фактуру каменю і бетону.	Один із небагатьох у світі великих мережевих продуктових ритейлерів, який створює індивідуальний тематичний дизайн для кожного магазину. Нині в мережі понад 100 тематичних дизайнерських супермаркетів і 4 делікатес-маркети Le Silpo, кожен з яких має власний дизайн.

Джерело: складено авторами за [1, 2]

За результатом проведеного аналізу можна сформулювати, що компанії освоюють самі передові діджитал-рішення в сфері роздрібної торгівлі, а АТБ вважається лідером по впровадженню сучасних клієнтських сервісів. Рітейл «Сільпо» також активно використовує маркетингові інноваційні технології: Scan&Go, каси самообслуговування, купуй без черги. Як маркетингове інноваційне рішення рітейлам можна використовувати QR-еквайринг. Сам код може бути як в електронному вигляді, так і на папері. Після сканування коду, покупець підтверджує платіж і кошти приходять на рахунок продавця моментально. Товар вважається проданим. QR-еквайринг дозволяє здійснювати оплату за QR-кодом та значно скорочувати витрати самих ритейлерів на послуги еквайрингу.

Список використаних джерел

1. АТБ-маркет. URL: <https://www.atbmarket.com/ru>
2. Сільпо. URL: <https://silpo.ua/>

УДК 338.326

ВПЛИВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ НА СТАЛИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА

ВЯЧЕСЛАВ МАКЕДОН

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна

Однією з найбільших змін у взаємодії між людьми є нещодавнє поширення соціальних мереж. Швидке зростання веб-платформ, які сприяють соціальній поведінці в Інтернеті, суттєво змінило характер людської діяльності, середовища та взаємодії. Реальні соціальні відносини були перенесені у віртуальний світ, що призвело до створення онлайн-спільнот людей з усього світу. Цей рух у цифровий вимір дозволяє людям ділитися знаннями, розважати один одного та сприяти діалогу між різними культурами [1].

Цифровий маркетинг базується на онлайн-каналах з найбільшою частотою використання, вони динамічні, можуть змінюватися з року в рік і завжди залежать від тенденцій ринку. Коротше кажучи, цифровий маркетинг постійно використовує процес перегляду, аналізу, пояснень, просування та допомагає встановити міцніші стосунки між брендом і споживачем, допомагаючи ефективно ідентифікувати стосунки споживачів і привертати увагу. Вплив цього типу нетрадиційного маркетингу був великим, впливаючи на продажі та кількість клієнтів, диктуючи, у кращому випадку, комерційні тенденції.

Якщо більшість клієнтів взаємодіють із соціальними медіа, фірми також повинні взаємодіяти з ними. У минулому маркетингологи використовували електронну пошту, прямий маркетинг, телемаркетинг, інформаційні веб-сайти, телебачення, радіо та інші механізми для поширення інформації, пов'язаної з фірмою або її продуктами. Всесвітня павутина використовувалася для представлення маркетингових повідомлень через перегляди сторінок і рекламу,

щоб охопити велику кількість людей за короткий проміжок часу. Він слугував рекламним інструментом, який формував поведінку серферів [2, с. 52].

Живучи в епоху цифрових технологій, коли доступ до Інтернету є у всіх, цілком логічно переключитися на такий вид маркетингу та інтенсивне використання компаній. Акцент робиться на таких факторах: репутаційний менеджмент, який полягає у прийнятті рішення на основі відгуків клієнтів, які оцінюються компанією, а потім засвоюються; повне представлення послуг, споживача спочатку приваблює тип приманки, наступним кроком буде представлення йому повного набору конкретного джерела пошукової інформації; комунікація є ключовим елементом, оскільки вилучається конкретний монолог кампанії, ініційованої компанією, і діалог налагоджується через соціальні платформи; впізнаваність бренду.

Зростаюча цифровізація створює серйозні проблеми для керівників маркетингу. Вони стикаються зі зростаючими, складними та швидко мінливими ринками, які знаходяться поза їхнім контролем. У результаті фірми усвідомили ці зміни та те, як з ними впоратися [3, с. 149].

Взаємодія між учасниками ринку на Інтернет-ринку приймає наступні варіанти - моделі взаємодії між учасниками ринку:

–Модель В2В дозволяє оптимізувати діяльність суміжних підприємств, а також прискорює продаж і купівлю необхідних підприємству товарів.

–Модель В2С оптимізує можливості підприємства щодо розширення можливостей продажу, в свою чергу, споживач економить час, не переміщаючись у просторі, крім того, маючи можливість попереднього вибору товару.

–Модель G2E оптимізує ефективність органів державної влади, особливо державну систему надання державних послуг. Крім того, пряме спілкування фізичних та юридичних осіб з органами державної влади нівелює корупцію, оскільки забезпечується прозорість (відкритість) діяльності [4].

Визначимо сфери застосування інформаційних технологій в організації бізнес-процесів:

1. Надання інформації шляхом створення баз даних пропонованих товарів, вакансій, цін тощо;
2. Інтернет-комунікації – організація відеоконференцій, а також використання Інтернет-телефонії для управління бізнес-процесами на відстані;
3. Інтернет-ЗМІ (ЗМІ) – надання інформації суб'єктам ринку;
4. Інтернет-освіта-дистанційне навчання, тестування та цифрові бібліотечні послуги;
5. Інтернет-реклама та PR – корпоративні та відомчі сайти та блоги, промо-майданчики (демонстраційні сайти), розробка рекламних мереж та спеціальної платформи для соціальної, політичної та комерційної реклами;
6. Глобальні автоматизовані системи управління процесами (APCS): MES (Manufacturing Execution System) у виробництві; Системи ERP (Enterprise Resource Planning) і CRM (Customer Relationship Management) в бізнесі;
7. електронна комерція за допомогою електронних засобів зв'язку;
8. електронний уряд - організація взаємодії держави та учасників ринку інформаційно-комунікаційних технологій.

Сьогодні великі корпорації переносять бізнес-процеси в мережу, що дозволяє скоротити не тільки витрати, але й час від зародження ідеї до її реалізації. Що стосується можливостей використання інформаційних технологій казахстанськими підприємствами, то тут існує ряд перешкод.

По-перше, для успішного впровадження електронної комерції потрібні електронні підприємства, а ступінь автоматизації бізнес-процесів на казахстанських підприємствах залишається на низькому рівні. Комплексна структура ERP (enterprise resource planning) – провідник системи є дорогим продуктом, який можуть дозволити собі підрозділи промислових підприємств РК.

По-друге, в електронній комерції можуть бути зацікавлені тільки ті промислові підприємства, які зацікавлені в розширенні кола потенційних споживачів або виборі постачальників, але пошук контрагентів в Казахстані обмежується монополізацією виробництва в деяких сферах і відносно ризикованим характером економіки.

По-третє, Інтернет-бізнес більш ефективний, якщо він здійснюється на базі електронної торгової платформи, тобто на базі біржових традицій, які в Казахстані знаходяться на стадії зародження і розвитку [5, с. 85-86].

Таким чином, можна зробити висновок, що онлайн-торгівля за моделлю B2B України вигідна в галузях, де розвинена конкуренція, висока ступінь стандартизації продукції (біржових умов торгівлі) і є значні фінансові можливості. Основними проблемами розвитку моделі B2C є відносно невелика кількість користувачів Інтернету, масштаби використання Інтернету та фактор ментальності казахстанських споживачів, які не довіряють Інтернет-магазинам через інертність і перевагу традиційних каналів збуту, а також нерозвиненість обслуговування казахстанських інтернет-магазинів і аспект безпеки транзакцій в мережі.

Цифровий маркетинг базується на інтернет-каналах з найбільшою частотою використання, які є динамічними, можуть змінюватися з року в рік і завжди залежать від ринкових тенденцій. Зокрема, цифровий маркетинг використовує регулярний огляд, аналіз, інтерпретацію, процес просування та допомагає встановити міцні стосунки між споживачем і брендом. Вплив цього типу нетрадиційного маркетингу був величезним, впливаючи на продажі та кількість клієнтів, у кращому випадку на комерційні процеси.

Список використаних джерел:

1. Пантелєєва Н.М., Колодій С.Ю., Ребрик М.А. Цифрова економіка як ключовий тренд розвитку постіндустріального суспільства: монографія. Київ: ДВНЗ «Університет банківської справи», 2019. 299 с.
2. Blazheska D., Ristovska N., Gramatnikovski S. The impact of digital trends on marketing. *Journal of economics*. 2020. №11(1). P. 48–58.
3. Уголькова О. З. (2021). Цифровий маркетинг та соціальні мережі. *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”, “Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку”*, № 3(1), С. 146–152. URL: <https://doi.org/10.23939/smeu2021.01.146>.
4. Маркетинг у соціальних мережах. URL: <https://www.marketingcharts.com/digital/socialmedia-225913>

5. Вдовічена О.Г. Digital-маркетинг як інструмент ефективності та конкурентоспроможності сучасного бізнесу: особливості та перспективи впровадження в Україні / О. Г. Вдовічена, О. М. Дюгованець, І. В. Чернова // Інвестиції: практика та досвід. – 2022. – №2. – С. 81-87.

УДК 338.46

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ІННОВАЦІЙ У МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ СТАЛОСТІ БІЗНЕСУ

ІРИНА РОМАНЮК

Криворізький державний педагогічний університет, Україна

В умовах швидкого технологічного розвитку маркетингові стратегії компаній постійно еволюціонують. Компанії, що бажають залишатися конкурентоспроможними та стійкими, повинні бути готові до використання нових інструментів та технологій у своїй діяльності. Використання технологій та інновацій у маркетингу допомагає підвищувати сталість бізнесу через поліпшення ефективності маркетингових стратегій, залучення нових клієнтів, збільшення лояльності та задоволеності клієнтів, зменшення витрат на маркетинг та інші переваги.

Перш за все, використання технологій у маркетингу допомагає збільшити ефективність маркетингових стратегій [1, с. 206]. Сучасні маркетологи можуть використовувати цифровий маркетинг, відео-маркетинг, маркетинг в соціальних мережах та інші інструменти, щоб підвищити свою ефективність. Наприклад, використання цифрового маркетингу допомагає компаніям залучати нових клієнтів, збільшувати свою популярність та розширювати свої можливості. За допомогою соціальних мереж компанії можуть ефективно взаємодіяти зі своїми клієнтами та дізнатися про їх потреби та побажання. Таким чином, використання нових технологій допомагає компаніям стати більш ефективними та успішними на ринку.

Крім того, використання технологій у маркетингу допомагає залучати нових клієнтів та збільшувати лояльність наявних клієнтів [2, с. 40]. Наприклад, за допомогою email-маркетингу, компанії можуть ефективно спілкуватися зі своїми клієнтами, надсилаючи їм персоналізовані повідомлення, спеціальні пропозиції та знижки. Таким чином, компанії можуть підтримувати зв'язок з клієнтами та допомагати їм робити більш обізнані покупки.

Також використання технологій допомагає зменшити витрати на маркетинг. Сучасні маркетологи можуть використовувати різні інструменти та технології, щоб ефективно спрямовувати свої рекламні кампанії та зменшувати витрати на рекламу. Наприклад, використання Google AdWords допомагає компаніям залучати нових клієнтів за допомогою контекстної реклами, що збільшує шанси на успіх та знижує витрати на рекламу. Крім того, використання маркетингових аналітичних інструментів допомагає компаніям оцінювати ефективність своїх рекламних кампаній та змінювати їх стратегії для досягнення кращих результатів.

Одним із інноваційних рішень, яке може допомогти компаніям зберігати своє місце на ринку та підвищувати свою сталість, є використання інтернет-магазинів [3, с. 84]. Віртуальні магазини дають змогу компаніям розширити свій аудиторію та залучати нових клієнтів з різних куточків світу. Вони також допомагають компаніям збільшити обсяг продажів та знизити витрати на оренду приміщень та утримання персоналу.

Одним з важливих аспектів використання технологій та інновацій у маркетингу є налагодження ефективної комунікації з клієнтами. Сучасні технології дозволяють компаніям створювати персоналізовані рекламні кампанії та забезпечувати взаємодію з клієнтами через різні канали комунікації, такі як соціальні медіа, електронна пошта та месенджери. Крім того, компанії можуть використовувати чат-ботів для автоматизації процесу обробки запитів клієнтів та підвищення рівня задоволеності клієнтів.

Наприклад, компанії можуть використовувати соціальні медіа для залучення нових клієнтів та підтримки зв'язку з наявними клієнтами [4, с. 148]. Вони можуть створювати рекламні кампанії, які спрямовані на різні цільові аудиторії, та взаємодіяти з клієнтами за допомогою коментарів та приватних повідомлень. Компанії можуть також використовувати електронну пошту для розсилки інформації про нові продукти, послуги та пропозиції. Іншим ефективним інструментом комунікації з клієнтами є месенджери, які дозволяють компаніям отримувати запити клієнтів та швидко надавати відповіді на них.

Окрім цього, важливим елементом використання технологій та інновацій у маркетингу є впровадження аналітичних інструментів для збору та аналізу даних про клієнтів та їх поведінку на ринку. За допомогою таких інструментів компанії можуть отримувати цінну інформацію про своїх клієнтів та виявляти тенденції на ринку, що дозволяє підвищувати ефективність маркетингових кампаній та приймати обґрунтовані рішення щодо розвитку бізнесу.

Наприклад, використання аналітичних інструментів дозволяє компаніям визначити, які продукти або послуги найбільш популярні серед клієнтів, які рекламні кампанії ефективніші, які канали комунікації використовуються найбільш активно та як можна підвищити задоволеність клієнтів [5, с. 27]. На основі цієї інформації компанії можуть вдосконалювати свої маркетингові стратегії та розробляти нові продукти та послуги, що відповідають потребам ринку.

Одним з основних трендів використання технологій у маркетингу є перехід від традиційних методів до цифрових, що дозволяє компаніям ефективно взаємодіяти з клієнтами та збільшувати свій обсяг продажів. За допомогою цифрових каналів комунікації, таких як соціальні мережі, месенджери та електронна пошта, компанії можуть ефективно комунікувати зі своїми клієнтами та пропонувати їм персоналізовані продукти та послуги.

Крім того, важливим елементом використання технологій та інновацій у маркетингу є використання інтернет-аналітики та машинного навчання для аналізу даних про клієнтів та їх поведінку на ринку [6, с. 105]. За допомогою таких інструментів компанії можуть отримувати цінну інформацію про своїх клієнтів та виявляти тенденції на ринку, що дозволяє підвищувати ефективність

маркетингових кампаній та приймати обґрунтовані рішення щодо розвитку бізнесу.

Значний вплив на підвищення сталості бізнесу має використання інноваційних технологій, таких як штучний інтелект, віртуальна реальність та блокчейн. За допомогою штучного інтелекту компанії можуть автоматизувати багато процесів, що дозволяє зменшити витрати та збільшити ефективність роботи. Віртуальна реальність може допомогти компаніям покращити комунікацію зі своїми клієнтами та створити більш інтерактивні та ефективні маркетингові кампанії. Блокчейн дозволяє забезпечити безпеку та конфіденційність даних про клієнтів та їх транзакції, що дозволяє підвищити довіру клієнтів та збільшити обсяг продажів.

Нарешті, важливим елементом використання технологій та інновацій у маркетингу є забезпечення екологічної сталості бізнесу [7, с. 380]. Компанії можуть використовувати інноваційні технології та матеріали, що зменшують вплив на довкілля та допомагають забезпечити сталість бізнесу в довгостроковій перспективі.

Використання технологій та інновацій у маркетингу дозволяє компаніям підвищувати свою сталість та конкурентоспроможність на ринку шляхом покращення комунікації з клієнтами, збільшення ефективності маркетингових кампаній та покращення розуміння ринкових тенденцій. Технології та інновації дозволяють компаніям отримувати цінну інформацію про своїх клієнтів та їх поведінку на ринку, що дозволяє підвищувати ефективність маркетингових кампаній та приймати обґрунтовані рішення щодо розвитку бізнесу.

Список використаних джерел

1. Романюк І.А. Вплив конкурентної боротьби на управління маркетинговою діяльністю сучасних підприємств. Молодь і сільськогосподарська техніка у XXI сторіччі: Зб. матер. XVI-й Міжнар. форум молоді. Харків: ХНТУСГ. 2020. С. 206.
2. Ілляшенко С. М., Рудь М.П., Новітні види маркетингу в умовах випереджаючого розвитку: еволюція, сутність, умови застосування. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип. 24. С.38-42.
3. Романюк І.А., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Квятко Т.М., Бабко Н.М. Рекламний менеджмент: навч. посіб. Харків: ХНТУСГ. 2020. 162 с.
4. Смирнов І.Г., Любіцева О.О. Маркетинг сталого туризму: навч. посіб. Київ: Видавництво Ліра-К, 2019. 256 с.
5. Сєвідова І.О., Мандич О.В., Квятко Т.М., Бабко Н.М., Романюк І.А. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Харків: ХНТУСГ. 2020. 200 с.
6. Романюк І., Азізов О., Заїка О., Мандич О. Аналіз і прогноз маркетингових стратегій та PR в умовах пандемії коронавірусу. *Університетські наукові записки*. 2020. № 3-4 (75-76). С. 101-108.
7. Романюк І.А. Основні напрями та перспективи розвитку екологізації економіки України. *Обліково-аналітичне і фінансове забезпечення діяльності суб'єктів господарювання: глобалізаційні та євроінтеграційні аспекти: матер. Міжнар. наук.-практ. конф., 23-25 листопада 2016 р.* Миколаїв: МНАУ, 2016. С. 379-381.

ТЕРИТОРІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ЛІЛЯ СІМКІВ¹, АНДРІЙ ЄЛІСЄВ²

¹ Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

² Компанія SoftServe

Одним із найефективніших інструментів сталого розвитку території є територіальний маркетинг, який охоплює систему методів, спрямованих на те, щоб власне зробити дану територію найбільш привабливою для життєдіяльності та виробництва. Погоджуємося з позицією І. Буднікевич [1], що маркетинг заздалегідь готує місцеві органи влади до зміни кон'юнктури зовнішнього середовища шляхом розробки ефективної стратегії та плану маркетингу, в основі яких лежить багатоваріантність регіональної політики, а маркетинговий підхід до її розробки дозволить їм більш ефективно виконати свої функції.

Територіальний маркетинг може виступати як базова філософія управління та задоволення потреб населення і споживачів території. Його використання означає перетворення регіональних органів управління та органів місцевого самоврядування на особливого роду партнерів, здатних не тільки враховувати особливості території при прийнятті рішень щодо її соціально-економічного розвитку, але й налагоджувати взаємодію між органами влади та цільовими ринками: виробниками, споживачами, інвесторами, мешканцями та ін.

Територіальний маркетинг слід розглядати як спеціальну управлінську технологію спрямовану на забезпечення сталого розвитку, формування конкурентних переваг і створення позитивного іміджу території, що в свою чергу, сприятиме розвитку інфраструктури, наданню якісних послуг, залученню інвестицій та кваліфікованих кадрів, формуванню комфортного життєвого середовища і підвищенню рівня та якості життя населення. Основними цілями територіального маркетингу в умовах сталого розвитку є [2; 3]:

- ефективного використання внутрішнього потенціалу регіону;
- прогнозування і моніторинг ринкової ситуації;
- підвищення рівня комфорту життя мешканців території і привабливості місця проживання;
- збереження природного середовища та покращення екологічної ситуації;
- налагодження стійких міжрегіональних та міждержавних зав'язків;
- дослідження та аналіз платоспроможного попиту споживачів як даного регіону, так й інших регіонів та країн з метою стимулювання попиту на продукцію, вироблену в регіоні;
- залучення інвестицій для розвитку території;
- забезпечення конкурентних переваг регіону та його здатності до постійного розвитку на основі адаптації до ринкових змін, ринкових процесів;
- створення сприятливого середовища для розвитку малого і середнього бізнесу;

- формування позитивного іміджу регіону в країні та закордоном та збільшення туристичного потоку на територію.

Реалізація зазначених цілей покликана створити необхідні умови для подальшого сталого розвитку територій та формування кращих конкурентних переваг, при цьому враховуючи:

- інтереси споживачів - підвищення якості життя населення;
- інтереси підприємств та організацій - розширене відтворення та динаміка основних техніко-економічних показників
- інтереси регіону - нарощування його конкурентоспроможності і економічної сталості;
- інтереси суспільства (сьогоднішнього і майбутнього) - нейтралізація негативних наслідків господарської діяльності, збереження природних ресурсів і покращення довкілля.

Таким чином, територіальний маркетинг базується на формуванні та розвитку стратегічних взаємовигідних відносин усіх учасників процесу взаємодії (споживачів, бізнесу, державних установ, громадських організацій, органів місцевого управління) і спрямований на створення нових цінностей, які забезпечують сталий розвиток території.

Список використаних джерел

1. Буднікевич І., Ютиш Н., Тафій Н. Напрямки застосування маркетингових інструментів та технологій у підвищенні конкурентоспроможності регіону та регіональних ринків. *СХІД.Економічні науки*. № 1 (147), 2017. С. 17-25.

2. Воронько Т.В. Сутність і головні цілі регіонального маркетингу як складової регіональної політики. *Вісник Полтавської державної академії*. 2012. № 1. С. 164 – 167.

3. Арженовський І. В. Маркетинг регіонів. *Економіка та держава*. 2007. № 3. С. 124–127.

УДК 338

ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ОМНІКАНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ ЗАКОРДОНОМ

ЛЮДМИЛА ГРИНЕВИЧ, ДАР'Я СМОТРОВА

Харківський Національний Економічний Університет ім.Семена Кузнеця

«Оmnіканальність» - цей термін завдяки прискореному розвитку інтернет-технологій не тільки надійно закріпився в сучасній бізнес-лексиці, а й став обов'язковим елементом стратегії розвитку як корпорацій, так і невеликих компаній.

В цілому, стратегія впровадження omnіканальних технологій має на увазі безшовну взаємодію клієнта та компанії у всіх каналах одночасно без шкоди швидкості обробки запитів та без додаткового навантаження як на спеціалістів контактного центру, так і на споживача.

З кожним роком бізнес все більше орієнтується на рівень максимального комфорту і простоти доступу для клієнтів.Тим часом удосконалені технології цифрової трансформації модифікують бізнес-процеси та підходи до клієнтського сервісу – поява нових технологій дозволяє споживачеві та його очікуванням визначати розвиток компанії чи бренду. Омніканальні комунікації - це практично головна складова в цифровізації бізнесу.За вже впроваджених у бізнес омніканальних технологій усі канали об'єднані навколо користувача.Клієнт, у свою чергу, здійснюючи customer journey, може безболісно перемикатися між каналами і при цьому отримувати персоналізоване обслуговування.Головна мета омніканальності – створення позитивного клієнтського досвіду.

На даний час у світі розгортається глобальна технологічна революція XXI ст., результатом цієї революції ймовірно стане поширення і освоєння шостого технологічного укладу, становлення постіндустріального технологічного способу виробництва, ноосферізація та гуманізація технологій. Завдяки чому підвищується продуктивність праці, прискорюються темпи економічного зростання.

Як показують різні дослідження [1, 2], у торгівельній сфері, простежується основна тенденція переходу до постіндустріальних технологій, які пов'язані з обробкою, виробництвом, передачею нових знань та інформації й трансформацією. Основний ресурс - інтелектуальний потенціал, він же й головний фактор розвитку.

Омніканальність на сьогоднішній день є ключем для підвищення лояльності споживача та надання висококласних послуг з клієнтського досвіду, а отже, і підвищення прибутковості бізнесу. Омніканальний підхід це незаперечна перевага будь-якого сучасного бізнесу.Багато американських компаній вже давно впровадили цю стратегію та успішно її реалізують.Серед них: Walmart, Nordstrom, Adidas, Burberry, IKEA, Tesco, McKinsey, Uniqlo, Warby Parker, Disney та багато інших.

Спочатку звернемо увагу на Disney. Крім того, що у Disney є російськомовна версія сайту, адаптована під будь-які мобільні пристрої, корпорація пропонує відвідувачам парку завантажити безкоштовну програму MyDisneyExperience, в якій зручно планувати відпочинок у парку розваг Діснейленд.У додатку можна забронювати столик у ресторані на території парку, відстежувати черги на атракціони та планувати різні активності під час відвідування Діснейленду.

Також у Disney є розумний браслет MagicBand, за допомогою якого можна оплачувати покупки на території парку (бо браслет прив'язаний до кредитної картки власника), заздалегідь вибирати страву в кафе і навіть знайти дитину, що загубилася.Всі дані про власника браслета та його замовлення передаються менеджеру автоматично, тому перебування на території парку може бути взагалі безконтактним.Користувачеві не потрібно пред'являти документи охороні та стояти в чергах, переживати за транспортування свого багажу або збереження автомобіля.Усі дані про користувача браслет зберігає та передає менеджерам, тому навіть інформація про те, яке морозиво ви з'їли на обід, буде їм відома.

Наступний приклад у використанні омніканальності це Walmart. У 2017 році Walmart запустив програму для мобільних телефонів Scan & Go.Покупці сканували через програму товари в продуктовому візку, а на виході з магазину

просто пред'являли охоронцю чек про оплату. У черзі при цьому стояти не треба було. Але в 2018 році компанія відмовилася від сервісу оплати покупок без кас, тому що з'ясувалося: покупцям складно використовувати програму і вона завдає більше клопоту, ніж зручності. Особливо при зважуванні фруктів та овочів. Тому компанія вигадала альтернативу, нову розробку під назвою «Check Out With Me», пристрій, який сканує товари покупців і відразу видає чек на оплату покупки. Клієнти оплачують покупку прямо на місці, знову ж таки, без черг та кас[3].

Мережа магазинів модного одягу Neiman Marcus – чудовий приклад використання стратегії омніканальності. Офлайн-магазини в США, якісний сайт, дві величезні групи в Instagram та Pinterest і навіть додаток Snap.Find.Shop для покупців: все це дозволяє бренду постійно бути на зв'язку з клієнтами. У додатку є цікава функція: користувач може сфотографувати будь-яку річ, чи то сумка, сукня, туфлі або прикраса, завантажити фото в Snap.Find.Shop та додаток покаже аналоги, представлені в асортименті NeimanMarcus.

Омніканальна стратегія Starbucks — ще один ефективний приклад того, як покращити відносини з клієнтами та стимулювати повторні покупки. 2018 року компанія вирішила роздавати безкоштовний Wi-Fi в обмін на електронну пошту клієнтів. Це дозволило поповнити базу користувачів на 10 мільйонів людей. Також мережа має програму Starbucks Rewards. Учасники цієї програми можуть використовувати спеціальний додаток для замовлення напоїв, натомість вони отримують купони на безкоштовні напої[3].

Starbucks щорічно проводить захід Starbucks for life, учасники якого збирають ігрові фішки та обмінюють їх потім на продукцію компанії. Компанія також використовує у своїй омніканальній стратегії такий ефективний інструмент, як email-маркетинг. У розсилці під назвою «Щасливий годинник» компанія надсилає клієнтам пропозиції зі знижками на певний вид продукції. Пропозиція ця обмежена і діє лише кілька годин у певні дні. Мета подібних кампаній — залучити якнайбільше покупців у непіковий години. А ще Starbucks всіляко стимулює клієнтів стати частиною програми Starbucks Rewards і відправляє розсилки з пропозицією безкоштовного напою замість створення облікового запису в програмі. Кожна така пропозиція персоналізована.

Сьогодні завдяки омніканальній стратегії Sephora приваблює понад шість мільйонів людей на рік в один магазин на Єлисейських полях. Загалом у цього омніканального ритейлера понад дві тисячі магазинів по всьому світу. Бізнес-стратегія Sephora зосереджена навколо купівельного досвіду клієнтів. У компанії є мобільний додаток, в якому можна дізнатися про нову продукцію, представлену в мережі, подивитися відеоуроки про красу та почитати новини про знаменитостей. За допомогою цієї програми Sephora збирає дані про кожного користувача, щоб згодом розробляти для них індивідуальні пропозиції. Sephora Virtual Artist – ще одна цікава розробка компанії. Зареєструвавшись у цьому додатку, можна робити віртуальний макіяж із продуктами, представленими в мережі, експериментувати з кольором тіней, губної помади, туші та підводки. Додаток сканує обличчя та пропонує відповідну косметику. Ті продукти, які подобаються, можна класти в кошик і купувати онлайн або йти в офлайн-

магазин і пробувати їх наживо. Такий персоналізований омніканальний підхід робить дива[3].

Рітейлери розробляють та упроваджують найбільш ефективні методи обслуговування покупців, розширюючи торгівельні послуги, пропонуючи нові методи продажів та ціноутворення, формуючи абсолютно нові підходи до управління каналами збуту, нові правові взаємовідносини з посередниками, запроваджуючи нові підходи в управлінні персоналом, вводячи нові засоби автоматизації праці і тощо. Розвиток інноваційних технологій в торгівлі дозволяє підвищити фінансову стійкість, конкурентоспроможність, а також задовольнити усі потреби покупців.

Список використаних джерел

1. Грабченко А.І., Федорович В.О., Гаращенко Я.М. Методи наукових досліджень. Харків: НТУ «ХПІ», 2009. 142 с.

2. Фролова Г.І. Ринкове конкурентне середовище торговельних мереж в Україні. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2014. № 4 (28). С. 54-59.

3. Примеры омниканальности в 2021 году URL: <https://www.adindex.ua/primery-omnikanalnosti-v-2020-godu/>

УДК 001.18+008

МАРКЕТИНГ ЯК СТАБІЛІЗАТОР ПЕРЕКОСІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

НАТАЛІЯ ЮДІНА

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Україна

Масове обговорення прогресу Штучного Інтелекту (ШІ) особливо було спровоковано відкриттям доступності ChatGPT для широкої спільноти. Занадто стрімке поширення і, як наслідок, подальший розвиток ШІ перетворює його на революційну технологію, наслідки чого вже стають неконтрольованими з боку вчених. У мережі з'явився Відкритий Лист, який збирає підписи з усього світу з пропозицією призупинити проведення експериментів з подальшого розвитку ШІ на шість місяців [1]. Італія стала першою західноукраїною, що заборонила ChatGPT[2], що не впливатиме на розвиток інших нейронних мереж і типів ШІ в інших країнах. Навіть повна офіційна заборона ШІ в усьому світі вже не спроможна зупинити його розвиток, у тому числі прихований. Історія людства знайома з аналогічними фактами, які не призвели до бажаного результату. Зокрема, страйки вчителів з математики з метою запровадження заборони використання калькуляторів школярами під час навчального процесу не тільки не заборонили калькулятори, але й не зупинили подальшої появи комп'ютерів і зараз технологій ШІ. Як показали подальші історичні події, це лише пригальмовувало розвиток самих освітян і робітників інших професій, які заперечували технологічні зміни, оскільки такі технології призвели у суспільстві та економіці до зростання технологічної, а надалі соціальної і фінансової нерівностей через

нерівномірну спроможність застосовувати інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) у професійній діяльності. Однак хаотичне нашарування і стрімкий розвиток різноманітних видів ШІ, що погрожують появі нових перекосів, які загрожують досягненню цілей сталого розвитку, потребують певного впорядкування й управління.

По-перше, для запобігання технологічній нерівності, кожному фахівцю необхідно як найшвидше самостійно починати вчитися користуватися різноманітними видами ШІ. Наприклад, важливо вивільнити неключові процеси, які можна делегувати ШІ, скласти персональний «агрегатор» ШІ для таких професійних завдань, прагнути запобігти ризикам, що провокує застосування ШІ у цих процесах різними їх учасниками.

По-друге, для того, щоб навчитися управляти цією технологією у своїй професійній діяльності (аналізувати і досліджувати, планувати, виконувати, створювати щось нове і корисне, оцінювати ефективність та коригувати), слід навчитися мислити як управлінець конкретним об'єктом (власним інтелектуальний ресурсом) - необхідно стати маркетологом власної професійної діяльності, не залежно від того, якою саме вона є. Адже будь-які знання, які ми отримуємо сьогодні, вже завтра можуть застаріти. Тому важливо вчасно здійснити перехід з рівня користувача традиційними знаннями, виконавця конкретних операційних завдань на рівень управлінця власним інтелектуальним ресурсом, що вимагає включення маркетингу, як інструменту прийняття управлінських рішень на основі аналіз кон'юнктури, у навчальні програми підготовки різних фахівців, перш за все, критично важливих для держави.

Чи можливо випередити технологію, яка вже випереджає людство? Досягнувши масової популярності, ШІ перетворився на революційну технологію, спроможну зруйнувати попередні правила та уклади, у тому числі у галузі освіти, а це означає, що випередити цю технологію людина вже неспроможна. Але людство може йти їй назустріч, оскільки ШІ не має наступних інтелектуальних складових, які є у людини. Це мораль, етика, загальнолюдські цінності.

Трансформацій потребує свідомість учасників освітнього процесу, не тільки як студентів, які вже видають тексти, генеровані ChatGPT, за власне авторство, але й самих викладачів. Це потребуватиме від викладачів ускладнення завдань студентам, щоб з ними не зумів справитися штучний інтелект, як мінімум, самостійно, без участі самого студента. Але це ускладнює перевірку таких завдань викладачем. Рішення може бути знайдено у певній уніфікації окремих етапів, запровадження шаблонної форми для виконаного завдання студентом, автоматичних тестів. Це вимагатиме швидкого перегляду навчального процесу на рівні кожного окремого викладача, що потребуватиме часу, а також розуміння та усвідомлення того, що попередні професійні надбання і здобутки, на які викладач міг витратити роки, вже могли застаріти протягом лише трьох останніх місяців. Тому інструменти маркетингу повинні допомогти викладачам модернізувати підхід до управління власною професійною діяльністю.

З іншого боку, може виникнути питання, чи не втратять студенти базового рівня спроможності вирішувати найпростіші завдання, що формують логіку самого мислення? Чи зможуть вони існувати без ChatGPT на той випадок, якщо

вони раптово залишаться без нього через нестабільну ситуацію у світі? Постає питання мотивації студентів прагнути отримати знання, а викладачів - оновлювати і стрімко розвивати свої здобутки. Важливо змінювати у суспільстві ставлення до освіти в цілому, трансформації її базової цінності. Освіта - не у якості інструменту заробітку грошей, а як інструмент виживання. Загострюється актуальність технологічних інструментів, юридичної складової захисту авторського права. У Середньовіччі для вирішення подібних актуальних завдань корпорації, спільноти і різноманітні братства створювали університети, інвестували в освіту. Настав час для наукового братства.

Стрімкий розвиток ІІІ призводить до потужного зростання нерівностей. Усвідомлення, що все приховане, обов'язково стане відкритим у майбутньому, потребує перегляду ставлення до принципів моралі і етики як на рівні людства в цілому, так і особистісному, що суттєво підвищує їх цінність. Універсальною складовою освіти, що спроможна сформувати потрібні у суспільстві цінності та стабілізувати перекося у процесі досягнення Цілей сталого розвитку, є маркетинг.

Список використаних джерел

1. Pause Giant AI Experiments: An Open Letter. Future of Life Institute, March 22, 2023. URL: : https://futureoflife.org/open-letter/pause-giant-ai-experiments/?fbclid=IwAR19QslN94MsEPYMBYDxL91P8lxCJynbkU8irRfLP224O8UJaF_nuI3mgQQ

2. Artificial intelligence: stop to ChatGPT by the Italian SA. GPDP. Roma, 31 March 2023. URL : <https://www.gpdp.it/web/guest/home/docweb/-/docweb-display/docweb/9870847#english>

УДК339.138

ТРЕНДИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ТЕТЯНА ТОХТАМИШ

Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, Україна

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та цифровізація бізнес-процесів зумовлюють трансформацію усіх аспектів діяльності підприємств: виробничих, фінансових, управлінських, маркетингових, комунікаційних. Середовище маркетингових досліджень водночас спрощується і прогресує завдяки стрімкому поширенню Інтернету, споживач стає ближчим до виробника та продавця, формуються умови для налагодження ефективного зворотного зв'язку. Відповідно, інструменти маркетингу в сучасному середовищі повинні повністю відповідати вимогам часу, а технології та стратегії – випереджати його.

Стрімкий розвиток інформаційного суспільства, активне зростання електронної економіки, а також інтенсифікація процесів інформаційної глобалізації, які обумовлені розвитком цифрового простору, вимагають

абсолютно нових підходів до управління, у тому числі й у сфері маркетингу, який в практичному сенсі зарекомендував себе як ефективний інструмент сталого економічного розвитку та підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання[1].

Головними трендами цифрового маркетингу в контексті сталого розвитку є:

1. Гібридні заходи як елемент «нової нормальності». Пандемія та війна залишили свою позначку на майже кожній галузі. Однією зі змін є це рух у бік організації подій у гібридному форматі, тобто комбінація елементів фізичної та віртуальної присутності. Організуючи події, на які запрошується велика кількість людей, компанії ставлять за мету створити атмосферу, в якій окремі індивіди відчували би єднання, та яка пробуджувала би в них креативність і надихала на створення переможних стратегій та яскравих інновацій. Аудиторія гібридних подій може бути набагато ширшою та різноплановою. Якщо врахувати, що зараз споживачі дедалі більшу увагу звертають на ставлення бізнесу до питань сталого розвитку та інклюзивності, використання гібридної моделі може стати для компаній виграшним стратегічним ходом.

2. Штучний інтелект. Він дозволяє значно підвищити точність прогнозів попиту. Слід очікувати, що бізнеси дедалі більшою мірою будуть використовувати інструменти штучного інтелекту. Зрештою, штучний інтелект вже не перший рік відіграє у цифровому маркетингу вагомую роль. Можна прогнозувати, що бізнеси будуть все активніше інтегрувати елементи штучного інтелекту в різні ділянки своїх маркетингових стратегій. Серед інших його можливостей оптимізації маркетингової діяльності можна виділити використання цифрової реклами, автоматизоване планування контенту, застосування інструментів на основі e-mail тощо.

3. Контент. Алгоритми ранжування таких пошукових систем, як Google, без сумніву віддають перевагу високоякісному контенту. Отже, компанії, які намагаються покращити користувацький досвід, пропонуючи добре написаний та релевантний матеріал, можуть підвищити свої позиції в рейтингах, підняти коефіцієнт конверсії та залучити більше потенційних клієнтів. За даними Google, з 2018-го року, 52% власників «розумних» голосових колонок хочуть отримувати відомості щодо актуальних цін, промоакцій та розпродажів; а 39% — таку інформацію, як дані про графік роботи магазинів тощо [2].

4. Відеоматеріали. Використання відеоконтенту в цифровому маркетингу дає хорошу віддачу і на даний час цей тренд набуває стрімкого розвитку. Згідно даних дослідження Animoto, 93% респондентів сказали, що відео — це хороша допомога в процесі здійснення купівлі[2]. Тому використання відеоматеріалів є доволі продуктивним способом розширення клієнтської бази.

5. Партнерства з неприбутковими організаціями. Пандемія зміцнила в людях відчуття спільності і зробила їх більш чутливими щодо того, як ставиться бізнес до екологічних та соціально значущих питань. Компанії, реалізуючи свої маркетинг-стратегії, роблять наголос на цих цінностях. Тому необхідно налагоджувати партнерства з неприбутковими організаціями, які займаються проблемами збереження довкілля та в цілому прагнуть змінити світ

на краще. Проте співробітництво з такими структурами не повинна вестися тільки заради досягнення маркетингових цілей.

Цифровізація та цифровий маркетинг впливають на сталий розвиток корпоративних структур. Зокрема, збільшує обсяг продажів, адже інтернет-маркетинг спрощує процес закупівель та вибір споживача, економить час, оскільки інформація про товари надається оперативно та в повному обсязі. За допомогою цифрових технологій та інтернет-маркетингу (SEO-просування, email-розсилка, реклама в соціальних мережах) з'являється можливість залучення більшої аудиторії покупців. Маркетингові дослідження в Інтернеті дозволяють створити адекватну систему ділової розвідки для виявлення конкуруючих компаній і сформувані дієві механізми формування кращих, ніж у конкурента, пропозиції – конкурентоспроможної продукції або послуг. І головне, цифрові технології дозволяють знижувати операційні та трансакційні витрати, забезпечують економію матеріальних і грошових ресурсів, дозволяють оптимізувати маркетинговий та рекламний бюджети.

Список використаних джерел

1. Ставерська Т.О. Digital-маркетинг як інструмент забезпечення сталого розвитку бізнесу. *Маркетинг XXI століття: виклики змін : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 25-річчю заснування кафедри маркетингу і комерційної діяльності ХДУХТ, 8–10 жовтня 2020 р. Х.: ХДУХТ, 2020. С. 95-96.*

2. Цифровий маркетинг: головні тренди 2022 року. URL: <https://www.management.com.ua/tend/tend1330.html>.

УДК 339

СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ УКРАЇНСЬКИМ БІЗНЕСОМ

НАТАЛІЯ БРЮШКО

Національний університет «Києво-Могиланська академія», Україна

Нині відбувається стрімкий розвиток інтернет-маркетингу завдяки діджиталізації, технологічному прогресу, переходу від офлайн комунікації в онлайн середовище, росту показників використання Інтернету серед населення (рис. 1.).

Завдяки цьому інтернет-маркетинг є одним з найпопулярніших видів маркетингу, який складається з комплексу інноваційних інструментів та технологій у мережі Інтернет, які наразі активно використовуються бізнесом.

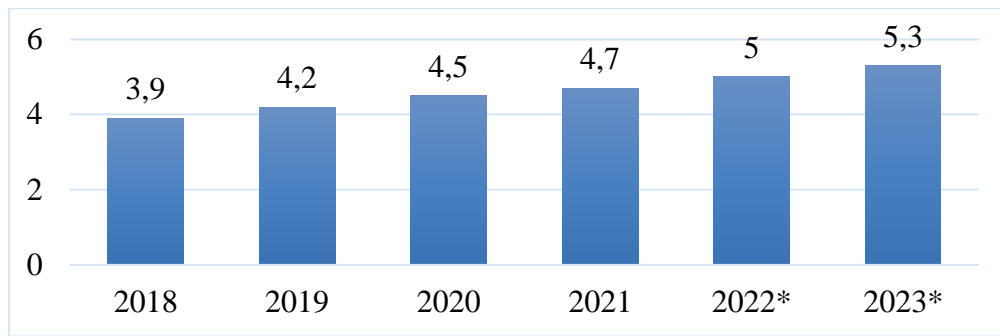


Рисунок 1 – Кількість користувачів мережі «Інтернет» з 2018 по 2023 рік, млрд осіб [1]

Цілі застосування інтернет-маркетингу можуть бути різноманітними, як-от:

- залучення та розширення цільової аудиторії;
- зростання кількості продажів та потенційних клієнтів;
- активна комунікація з споживачами;
- масштабування ринків продажу, вихід на міжнародний ринок;
- поширення інформації про бренд і підвищення його пізнаваності;
- збереження лояльності поточної аудиторії;
- аналіз попиту споживачів, збір інформації;
- моніторинг трендів та діяльності конкурентів.

Залежно від мети, бізнес може обрати певну стратегію інтернет-маркетингу, запропоновані комплекси заходів якої будуть виконувати поставлені цілі. Зупинимося на трьох основних стратегіях: стратегія мінімізації витрат, стратегія особистих продажів та стратегія повторних продажів (табл. 1) [2].

Таблиця 1

Ключові стратегії в інтернет-маркетингу

Назва стратегії	Мета	Основні інструменти
Стратегія мінімізації витрат	Зменшення витрат на комунікацію з клієнтами та/або оренду приміщення, створюючи онлайн ланцюг продажів замість офлайн.	<ul style="list-style-type: none"> – SEO-оптимізація сайту; – SMM; – використання CRM-системи; – email-маркетинг; – контент-маркетинг; – контекстна реклама.
Стратегія особистих продажів	Встановлення особистого контакту з потенційним покупцем, залучення нової цільової аудиторії.	<ul style="list-style-type: none"> – SMM; – таргетована реклама; – контент-маркетинг; – вірусний маркетинг; – SEO-оптимізація сайту; – контекстна реклама.
Стратегія повторних продажів	Збільшення лояльності клієнтів для здійснення повторних продажів.	<ul style="list-style-type: none"> – ретаргетинг; – SMM; – контент-маркетинг; – медійна реклама; – email-маркетинг; – використання CRM-системи.

Джерело: розроблено автором на основі [2, 3].

Спільною тенденцією для всіх трьох стратегій є наявність SMM і контент-маркетинг. Це обумовлено важливістю взаємодії та близької, якісної комунікації з аудиторією. За 2022 рік в Україні зросла кількість користувачів соцмереж – від 60% населення у 2021 році до 76,6% у липні 2022, що зазначається у дослідженні GlobalLogic [4]. Більшість українських бізнесів використовують такі соціальні мережі та месенджери як Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, Telegram, Viber, TikTok та LinkedIn.

Для підвищення ефективності функціонування бізнесу важливо враховувати, наскільки актуальний та релевантний контент запропоновано в соцмережах. Саме SMM і контент-маркетинг створюють ефективну синергію й значно підсилюють результати як один одного, так і в цілому бізнесу. Ці два інструменти є важливою складовою успішного просування українського бізнесу та лояльності до бренду.

Список використаних джерел

1. Храпкіна В.В. Сучасні тренди інтернет-маркетингу. / В.В. Храпкіна, Н.О.Брюшко // Економіка та суспільство. – 2022. - № 38. – Режим доступу <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-64>

2. Романенко О.О. Види маркетингових інтернет-стратегій / Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 6 (16). – С. 70-76. – Режим доступу <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n6.html>

3. Яшкіна О.І. Стратегії вибору інструментів інтернет-маркетингу в залежності від бізнес-моделей підприємств / О.І. Яшкіна, М.С. Савельєв. // .Маркетинг і цифрові технології. – 2021. – Том 5, № 2. – Режим доступу <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/141/126>

4. Жила Н. Найпопулярніші соцмережі в Україні під час війни – дослідження Global Logic. – Режим доступу <https://mezha.media/2022/08/06/naypopuliarnishi-sotsmerezhi-v-ukraini-pid-chas-viyny-doslidzhennia-global-logic/>

УДК 659.1

РОЛЬ ТАРГЕТОВАНОЇ РЕКЛАМИ В РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

ОКСАНА ДЮК

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Таргетована реклама є одним із найбільш ефективних інструментів маркетингу в сучасному світі. Її основна ідея полягає у тому, щоб створити рекламну інформацію, яка буде націлена на конкретну цільову аудиторію. Це досягається за допомогою збору та аналізу даних про користувачів, що дозволяє підібрати рекламу, яка найбільш ефективно звертається до конкретної групи людей.

Таргетинг (англ. target) – це націлювання рекламного послання на виділену (необхідну) частину цільової аудиторії. Такий підхід дозволяє скоротити витрати на рекламу – вона буде транслюватися тільки тим, кому вона цікава. Система,

що демонструє оголошення, орієнтується при показі на соціальні стандарти користувача [1].

За допомогою таргетованої реклами компанії збирають велику кількість даних про користувачів, таких як інтереси, поведінку в Інтернеті тощо, для того, щоб створити цільову аудиторію. Однак використання таких даних може мати етичні наслідки, зокрема, порушення приватності користувачів та нав'язування непотрібних рекламних пропозицій.

Також зібрані дані про користувачів можуть бути непрозорими, інші користувачі не знають, які саме дані збираються про них та як вони можуть бути використані. Це може порушити довіру користувачів до рекламної платформи та підірвати їх готовність взаємодіяти з рекламодавцями.

Електронна комерція з кожним роком набуває все більшої популярності, оскільки активний розвиток технологій створив плідний ґрунт для переведення значної кількості бізнес-процесів в електронний формат. Зростає відсоток компаній, які бачать сенс у використанні нових можливостей інтернету для покращення ефективності своєї діяльності. Все більше компаній створюють власні сайти, сторінки у соціальних мережах не тільки з ціллю проінформувати споживача про своє існування, а й для безпосереднього продажу товарів та послуг. Дана тенденція притаманна як компаніям, що працюють на ринок B2C, так і у середовищі B2B. Представники компаній усіх рівнів — від малого бізнесу до великих корпорацій зацікавлені у створенні якісної комунікації зі споживачем за допомогою інтернет-технологій [2].

Таргетована реклама відіграє важливу роль у розвитку електронної комерції, оскільки вона дозволяє підприємствам привернути увагу потенційних клієнтів, які мають високу ймовірність стати покупцями. Особливо відчутна її ефективність в онлайн-бізнесі, де багато інформації про користувачів, яка доступна для аналізу та використання.

Завдяки таргетованій рекламі, підприємства можуть показувати свої рекламні матеріали тільки тим користувачам, які вже мають інтерес до їх продукту чи послуги. Наприклад, якщо користувач шукав в Інтернеті певний товар, то він може побачити рекламу цього товару на сайтах, які відвідає в подальшому. Це збільшує шанси на те, що користувач зробить покупку, оскільки він вже проявив інтерес до даного продукту.

Також, таргетована реклама дозволяє підприємствам ефективно використовувати свої рекламні бюджети. Наприклад, вони можуть показувати рекламу тільки тим користувачам, які вже здійснювали покупки на їхньому сайті, що забезпечує більш високий рівень конверсії.

Таргетована реклама також дозволяє підприємствам збільшувати свою аудиторію, привертаючи нових клієнтів. Наприклад, підприємство може показувати рекламу на основі інтересів та поведінки користувачів, що дозволяє привернути увагу нових клієнтів, які ще не знайомі з продуктом.

У загальному, таргетована реклама є потужним інструментом для привернення нових клієнтів, збільшення конверсії та оптимізації рекламних бюджетів. Тому, вона є необхідним елементом в розвитку електронної комерції.

Крім того, таргетована реклама дозволяє підприємствам збільшувати свою обізнаність про своїх клієнтів. Вони можуть отримувати цінну інформацію про те, які продукти чи послуги є популярними серед своєї аудиторії, які їхні потреби та інтереси. Це дозволяє підприємствам пристосовувати свою рекламну стратегію до потреб та бажань своїх клієнтів, що в свою чергу забезпечує більш ефективні результати.

Таргетована реклама може бути використана на різних етапах взаємодії клієнта з підприємством, починаючи від показу реклами під час пошуку продукту в Інтернеті до підтримки відносин зі старими клієнтами. Вона дозволяє підприємствам створювати персоналізовані рекламні кампанії, які сприяють залученню і утриманню клієнтів, що в свою чергу забезпечує зростання продажів та прибутку.

Отже, таргетована реклама є необхідною складовою розвитку електронної комерції, оскільки вона дозволяє підприємствам привертати нових клієнтів, збільшувати конверсію та оптимізувати рекламні бюджети.

Використання персоналізованих рекламних кампаній дозволяє підприємствам збільшувати свою аудиторію, забезпечуючи зростання продажів та прибутку.

Однак, важливо враховувати етичні норми, пов'язані з таргетованою рекламою. Багато користувачів можуть відчувати, що їхні приватні дані використовуються без їх згоди. Тому підприємства повинні бути уважними та дотримуватися етичних принципів під час використання таргетованої реклами.

В цілому, таргетована реклама може мати значний вплив на електронну комерцію, якщо вона використовується правильно та етично. Вона може допомогти залучати більше клієнтів та збільшувати продажі, зменшуючи витрати на рекламу та покращуючи ефективність кампаній.

Список використаних джерел

1) Таргетинг і ретаргетинг – що це таке і як працює таргетингова /таргетована реклама. URL: <http://vseznayko.com.ua/targeting-i-retargeting-shho-ce-take-i-ja.html> (дата звернення: 16.04.2023).

2. Євсейцева О. С., Меркулова Д. Д. Таргетинг – цілеспрямований вплив на споживача. *Економіка та держава*. 2019. № 3. С. 107–113.

УДК 339

ІНСТРУМЕНТИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТОРГОВОЮ КОМАНДОЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ В СУЧАСНИЙ ПЕРІОД

О. СИЛЕНКО

Запорізький національний університет, Україна

Процес управління торговою командою на підприємстві мобільного зв'язку в умовах сучасної ринкової економіки України є одним з найважливіших складових комерційної діяльності, оскільки саме торгова команда здійснює просування продуктів та послуг підприємства на ринку та забезпечує його

прибутковість. Тим більше значення має організація ефективної роботи торгової команди на ринку мобільного зв'язку в період військового стану, оскільки на її роботу безпосередньо впливають фактори безпеки, економічної нестабільності та зміни в межах споживчої поведінки.

Процес сучасного управління торговою командою на підприємстві мобільного зв'язку має обов'язково враховувати наступні важливі складові:

- по-перше, необхідність адаптації та реформування механізмів управління підприємницькою діяльністю в цілому, і зокрема, механізмів ефективного управління торговою командою, з урахуванням повномасштабного військового вторгнення РФ на територію України;
- по-друге, необхідність забезпечення стабільного функціонування операторів ринку мобільного зв'язку, як елементів критичної інфраструктури держави, як в ході бойових дій, так і після їх завершення;
- по-третє, необхідним є створення інноваційних елементів управління торговими командами операторів мобільного зв'язку, які відіграють одну з найважливіших структурних ролей в економіці незалежної України;
- по-четверте, особливого значення набуває аналіз факторів, які впливають на ефективність результатів роботи торгової команди, в тому числі, аналіз eNPS (Employee Net Promoter Score), як методу оцінки лояльності співробітників;
- по-п'яте, важливим є розвиток та уніфікація механізмів управління торговою командою підприємства мобільного зв'язку в контексті інтеграції України в європейську та світову економічну спільноту, на етапі майбутньої відбудови та модернізації економіки України в післявоєнний період.

Процес впровадження нових інструментів управління торговою командою на сучасних підприємствах мобільного зв'язку має бути забезпечений за рахунок діджиталізації менеджменту, що забезпечить суттєве прискорення обігу управлінської інформації, а також, спростить процес отримання зворотного зв'язку щодо коректності та комфортності імплементованих змін від торгової команди.

Ефективне управління торговою командою на підприємствах ринку мобільного зв'язку України в умовах війни та післявоєнного періоду має об'єднати відповідну кількість та обсяги інформації. Крім того, провідні інструменти забезпечення лояльності та ефективності роботи торгової команди, оновлення процесів менеджменту та застосування кращих розробок, які забезпечать умови для прояву кваліфікації та компетенцій співробітників торгових команд, необхідні мотиваційні стимули.

Одним з найбільш перспективних інструментів взаємодії підприємства мобільного зв'язку з торговою командою можна вважати eNPS (Employee Net Promoter Score) - методологію, що використовується для вимірювання задоволеності та ефективності роботи працівників підприємства.

Основні переваги eNPS:

- Простота і зручність реалізації - опитування eNPS має на увазі відповідь на запитання щодо можливості рекомендації підприємства своїм знайомим. Таке

запитання дозволяє легко і швидко зрозуміти, як працівники ставляться до своєї роботи та організації загалом.

- Фокус на рішеннях - eNPS зосереджений на рішеннях та діях, що можуть допомогти покращити задоволеність та залученість працівників до організації. Опитування допомагає ідентифікувати проблемні області та потенційні шляхи їх вдосконалення.

- Залученість торгової команди до процесу трансформації системи управління підприємством - eNPS надає можливість працівникам висловлювати свої думки та пропозиції щодо вдосконалення роботи команди та підприємства загалом.

- Наглядність - eNPS дозволяє легко відслідковувати динаміку задоволеності працівників та оцінювати ефективність заходів, спрямованих на покращення ситуації. Опитування доцільно проводити періодично для відстеження динаміки.

Вказані принципи забезпечують покращення та прискорення розвитку підприємства галузі мобільного зв'язку за рахунок отримання своєчасного та об'єктивного зворотного зв'язку від торгової команди та визначення коректних напрямків змін в управлінні торговою командою.

Список використаних джерел

1. Hammer M. Beyond Reengineering. How the Process-Centered Organization Is Changing Our Work and Our Lives. N.Y., 1996.

2. Reichheld, Fred; Markey, Rob, The Ultimate Question 2.0: How Net Promoter Companies Thrive in a Customer-Driven World (Rev. and expanded ed.). Boston, Mass.: Harvard Business Review Press, 2011.

3. Менеджмент організацій / Назарчук Т.В., Косіюк О.М. – К.: Центр навчальної літератури, 2020. – 560 с.

4. Економіка та управління підприємствами: теорія, практика, перспективи розвитку : колективна монографія / Кол. авторів. Полтава: ПП «Астроя», 2021. 188 с.

5. Анатомія менеджменту. Ефективний спосіб керувати компанією / Мінцберг Г. – К.: Наш формат, 2018. – 408 с.

УДК 339.138

ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

АНДРІЙ УСТЕНКО, ВІКТОРІЯ ВИННИК, ГЕОРГІЙ ПЕРЕВОЗОВ

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
Україна*

«Керувати можна тим, що вимірюється»

Маркетинг це послідовна орієнтація діяльності на потреби для завоювання ринку; перша стадія життєвого циклу бізнес-процесу; синтетична функція управління. Тому маркетологи власну діяльність представляють, як скоріше як

емоційно-творчу доробку, а не грошово-фінансову дію. Результативність маркетингу повинна виходити з демонстрації на скільки ці три аспекти завдання були досягнуті. Поточна робота відділу маркетингу не є очевидною, а бухгалтерія розглядає їх напруження як поточні витрати, а не певні інвестиції в майбутнє. Головний менеджер не завжди бачить результати маркетингових зусиль, тому скоріше часто схиляється на зменшення бюджету маркетингологів і особливо реклами.

Ефект – абсолютний показник, ефективність – відносний. В той час коли нова парадигма бізнесу виводить на перший план інновації і маркетинг, як базові елементи успішності завоювання ринку і прибутковості, як рівня оцінки якості задоволення потреб ринку, доречно нагадати визначення маркетингу в контексті стандарту.

Для об'єктивної оцінки ефективності маркетингу пропонуємо враховувати три рівня: локальний (елементний)- А, системний (організація)- Б, загальносистемний (ринковий) - В.

$$E = A + B + B \quad (1)$$

Власно методика оцінки ефективності бренду, гудвелу, лояльності споживачів маловідомі і громіздкі щодо використання. Починати доречно з плану і відповідності реалізації поставлених конкретних цілей: система цілей – комплекс завдань – засоби – результат.

Кожна задача описується цифровим еквівалентом, потребує декомпозиційної деталізації з виходом на маркетинговий бюджет. Методи тут наступні: цілі і завдання; експертний метод, метод комплексу питань. Це дозволяє розробити систему збалансованих показників (СЗП). Цю ідею запропоновано ще Д.Нортоном, Р.Капланом в 1980 році для оцінки менеджменту. Вона спирається на моделювання підприємства як кібернетичної системи (лінійних диференціальних рівнянь). Така ССП може бути запропонована для окремого працівника, відділу, рівня тощо. Головна мантра - якісний зв'язок усіх частин бізнесу як вертикально, так і горизонтально в єдину інформаційну систему, як певну «дошку приборів» для адекватних рішень менеджерів.

В такому вигляді показники і параметри повинні легко розраховувати і включати основні аспекти через критеріїв Д.Сінка:

- Дієвість – темп реалізації завдань;
- Витратоємність – кошти на маркетинг до обсягу продажу у вартісному виразі;
- Інноваційність – позитивні зміни в товарі, в компанії;
- Інвестиційність – сума коштів і темпи їх зростання;
- Економічність – раціональність використання ресурсів;
- Прибутковість – співвідношення доходів і розходів;
- Продуктивність – обсяг реалізації в одиницю часу;
- Рентабельність – прибуток до загальних витрат на маркетинг;
- Цінність – синергія вартості, якості, сервісу;
- Якість – відповідність вимогам ринку.

Індикатором роботи маркетингологів може використовуватися вартість компанії в цілому. Більша вартість значить її продукція і діяльність позитивно сприймаються

ринком, а це, в значній мірі, справа дій і зусиль маркетологів. «Концентрація прибутку – це споживач» - акцентує Ф.Котлер, а метод дисконтування майбутніх періодів надає методику підрахунку, яку за нормативний термін напрацювали маркетологи (бренд, комплекс, гудвіл тощо). В глобальній економіці використовують параметри фондового ринку, тому зростання вартості бізнесу більш комплексний показник ніж прибуток. Приведена вартість грошових потоків (ПВГП) за роками з використанням параметра дисконтної ставки – $x = 1.25$ може розраховуватись:

$$\text{ПВГП} = \text{ГП 1} : /1 + x / + \text{ГП 2} : /1 + x/2 + \dots \text{ГП-н} /1 + x/n, \quad (2)$$

Де, ГП1, ГП2, ГП-н – грошовий потік відповідного року 1,2, н-й, грн;

ПВГП – приведена вартість грошових потоків, що генерується торгівельної маркою, грн;

X – дисконтна ставка – 1.25, в першій степені, в квадраті, тощо.

Такий метод може продуктивно застосовуватися на практиці якщо система інформаційного обліку і стандартних документів дають можливість отримувати об'єктивні розрахунки на які доречно спиратися при прийнятті маркетингових рішень.

Список використаних джерел

1. Устенко А.О. та ін. Основи маркетингу : навч. посібник (кредитно-модульний варіант). – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ. 200. – 388 с.
2. Устенко А.О. Уніфікована інформаційно-керуюча система управління (концептуальні основи і досвід створення) : монографія. – Івано-Франківськ: ПЦ «Креатив». 2012.- 338 с.

УДК 339.13

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

АНДРІЙ ФЕДОРЧЕНКО

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
Україна*

Традиційно питання розвитку корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) розглядаються в якості передумови для формування і досягнення загальноуправлінських цілей ринкових суб'єктів незалежно від форми їх власності, масштабів ведення бізнесу чи галузевої приналежності. Водночас вони також виступають запорукою досягнення цілей сталого розвитку бізнесу в умовах ринкової невизначеності. Практична реалізація КСВ на рівні їх систем управління зазвичай здійснюється шляхом розбудови соціального партнерства, тому управління нею трактується, як «...відповідні функції, спрямовані на реалізацію інтересів зацікавлених сторін, що беруть на себе відповідальність за вплив їхньої діяльності на підвищення ефективності господарювання та забезпечення стійкого збалансованого розвитку» [1, с. 299]. Внаслідок цього істотно посилюється роль

маркетингової складової як філософії ведення сучасного бізнесу в контексті забезпечення КСВ і в досягненні цілей сталого розвитку бізнесу, зокрема, завдяки формуванню додаткових конкурентних переваг і посиленню власних ринкових позицій у перспективі.

Зрозуміло, що питання розвитку КСВ – це, передусім, прерогатива ринкових лідерів. Однак будь-який ринковий суб'єкт повинен мати довгострокову стратегію власного розвитку, зорієнтовану на врахування кращих прикладів ведення бізнесу в контексті підвищення рівня власної ділової досконалості [2, с. 252]. Одним із найбільш показових прикладів реалізації такого підходу на практиці є концепція соціально-етичного маркетингу. Вона передбачає не лише взаємодію виробника і споживача з метою задоволення інтересів обох сторін: досягнення високого рівня задоволення поточних потреб споживачів і прийнятних рівнів операційної результативності й ефективності ведення бізнесу. В межах даної концепції передбачається балансування згаданих інтересів із довгостроковими цілями сталого розвитку суспільства в цілому [3, с. 111].

Варто зауважити, що такі питання набувають ще більшої актуальності в умовах вітчизняного економічного сьогодення, пов'язаних із дією воєнного стану в Україні та різноманітних кризових явищ, пов'язаних із повномасштабними військовими діями на її території. Йдеться про те, що більшість вітчизняних ринкових суб'єктів, як їх бізнес-партнери, наразі стикаються із гострою проблемою недостатності ресурсів, у т.ч. і маркетингових бюджетів, для провадження власної ринкової діяльності. Додамо до цього проблему руйнування традиційних логістичних ланцюгів, що безпосередньо впливає на масштаби їх ринкової діяльності, а також на обмеження розмірів ринкової пропозиції товарів та на їх здорожчання. Негативні зміни у віково-статевій структурі населення України, падіння його реальних доходів і значне погіршення макроекономічних показників функціонування економіки України у 2022 році, своєю чергою, впливають на зміни традиційних моделей споживчої поведінки на кінцевих ринках товарів та послуг. В таких умовах балансування інтересів бізнес-партнерів знаходиться в площині застосування маркетингових стратегій інтеграційного зростання, реалізація яких дозволяє об'єднувати обмежені ресурси кожного із них у ланцюгах створення споживчої цінності з метою більш продуктивного освоєння цільових ринків в умовах кризи.

Окремо варто наголосити на тому, що питання розвитку КСВ і досягнення цілей сталого розвитку ще більше актуалізуються під час повоєнного відновлення вітчизняної економіки та її подальшої інтеграції до Європейського економічного простору. Відповідна гармонізація вимог до провадження ринкової діяльності в таких новим умовах буде однозначним стимулом для досягнення зазначених цілей. Адже вже сьогодні стало очевидним, що ринковий успіх компанії далеко не завжди залежить від масштабів її ділової активності чи обсягів необхідних для цього матеріальних ресурсів. Глобалізація бізнесу і посилення конкуренції на ринках спричиняють необхідність нового підходу до формування та підтримки партнерських стосунків із іншими компаніями та з ключовими стейкхолдерами – споживачами. Сьогодні в маркетингу вони розглядаються як повноцінні партнери по бізнесу, на задоволення потреб яких має бути зорієнтована діяльність

конкретного підприємства-виробника з урахуванням необхідності дотримання балансу із задоволенням довготривалих суспільних потреб. Такі підходи наразі активно використовуються провідними компаніями в різних галузях, на основі яких формуються кращі практики введення бізнесу в сучасних умовах. Внаслідок цього споживач перетворився на центральну фігуру усіх ринкових процесів.

Окремо слід наголосити на тому, що формування споживчої лояльності в ланцюгах створення споживчої цінності, що ґрунтується на досягненні і підтримуванні високого рівня їх задоволеності, не може бути повноцінно забезпеченим без побудови системи внутрішнього маркетингу підприємства [4, с. 27]. Вона дозволяє залучати до маркетингового процесу працівників його немаркетингових підрозділів, слідуючи логіці представників Скандинавської школи маркетингу: «Маркетинг надто великий, аби ним займалися виключно маркетингологи». Відтак, зростають роль і значення внутрішньофірмових комунікацій у системі внутрішнього маркетингу підприємства.

Усе викладене, на нашу думку, становить перспективний напрям розвитку теорії і практики сучасного маркетингу.

Список використаних джерел

1. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / Колот А.М. та ін.; за наук. ред. А.М. Колота. Київ: КНЕУ, 2012. 501 с.
2. Федорченко А.В., Ларіна Я.С., Ремезь Ю.Б. Бенчмаркінг: навч. посіб. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2023. 472 с.
3. Маркетинг: підручник / Павленко А.Ф. та ін.; за наук. ред. А.Ф. Павленка; кер. авт. кол. І.Л. Решетнікова. Київ: КНЕУ, 2008. 600 с.
4. Федорченко А.В., Окунєва О.В. Внутрішній маркетинг підприємства: теорія, методика, практика: монографія / за наук. ред. А.В. Федорченка. Київ: КНЕУ, 2015. – 230 с.

УДК 339.13

МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЖИТТЄСТІЙКОСТІ БІЗНЕСУ

НАТАЛІЯ САВИЦЬКА

Державний біотехнологічний університет, Україна

Проблема життєстійкості бізнесу має багатовимірні характеристики, пов'язані з процесами майже перманентних трансформацій. Глобалізація, кліматичні зміни, інформатизація, цифровізація, пандемія створювали хвилі змін і викликів, які випробували бізнес на витривалість та відповідність новим умовам. Нова нормальність (New Normal), викликана гібридними загрозами та хвилею трансформацій, принесла рецесію світовій економіці; ріст банкрутства та складність відновлення деяких сфер (готелі, ресторани, авіакомпанії); високий рівень безробіття, логістичні проблеми для людей і товарів; довготривалі розриви у світових поставках; економічні провали для бізнесу в країнах, що розвиваються.

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну посилило проблеми виживання бізнесу, поставивши життєстійкість на перше місце серед управлінських задач. Повоєнне відновлення бізнесу має враховувати результати дослідження Бостонської консалтингової групи (Boston Consulting Group, BCG) у партнерстві із Всесвітнім фондом природи (WWF), представлені у звіті про стале економічне відновлення в Україні [1].

Для суб'єкта будь-якої природи життєстійкість виступає властивістю системи протистояти негативним зовнішнім впливам та стресам, відновлюватися після криз та успішно розвиватися в умовах перманентних трансформацій. В основу життєстійкості бізнесу закладено філософію діяльності суб'єкта [2]. Резильєнтність поєднує базові характеристики суб'єкта економічної діяльності до відновлення. Це здатність не лише до збереження основних властивостей, гомеостазу, а й вихід із кризового стану із набуттям якісно нових динамічних компетентностей (будь-то людина, організація, національна економіка тощо). Серед ключових інструментів розвитку життєстійкості бізнесу важливе місце належить маркетинговим технологіям.

MarTech (маркетингові технології) відноситься до інструментів, стеків та платформ, які компанії використовують для управління своїми маркетинговими зусиллями. MarTech охоплює широкий спектр маркетингових технологій, включаючи системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM), програмне забезпечення для автоматизації маркетингу, системи управління контентом (CMS), інструменти управління соціально медійним маркетингом (SMM), інструменти пошукової оптимізації (SEO), інструменти аналізу даних (BigData) тощо.

Маркетингові технології використовуються для просування сталої поведінки та практики, передбачають взаємодію зі споживачами та заінтересованими сторонами. Є кілька ключових принципів, якими керується маркетинг сталого розвитку. По-перше, це передбачає розробку продуктів і послуг, які мінімізують їхній вплив на навколишнє середовище. Це може означати використання матеріалів, які можна відновити або переробити, зменшити споживання енергії під час виробництва та використання або розробити продукти, які можна легко відремонтувати або змінити. По-друге, маркетинг сталого розвитку наголошує на прозорості та підзвітності. Це означає надання чіткої інформації споживачам про екологічні та соціальні наслідки продуктів і послуг, а також про ініціативи, які компанії роблять для пом'якшення цих наслідків.

Найбільшого поширення в практиці маркетингового управління для багаторівневих бізнесів набула концепція DCM (Demand Chain Management), яка об'єднала у собі інструментарій SCM (Supply Chain Management) та CRM (Customer Relationship Management). Управління ланцюгом попиту дозволяє здійснювати управління і координацію від кінцевих покупців до постачальників та виробників.

Сучасні реалії цифрової економіки дозволяють компаніям краще зрозуміти своїх клієнтів і створювати більш персоналізовані маркетингові повідомлення з використанням платформа клієнтських даних (CDP). За допомогою CDP компанії можуть сегментувати своїх клієнтів на основі їх поведінки, уподобань та

інтересів. Це дієвий інструмент створення більш цілеспрямованих та релевантних маркетингових повідомлень, що може призвести до вищого рівня залучення та конверсії.

Гнучке планування та agile-маркетинг передбачає перманентне дослідження поведінки клієнта та регулярне проведення аналітики. Клієнтоорієнтованість та партнерські стосунки в колективі в умовах нових викликів стають інтерспецифічним ресурсом компанії, що визначає її унікальність на ринку. Саме вони становлять фундамент життєстійкості бізнесу. Цінності, культура лідерства[3], інтрапренерства та взаємодії визначають наскільки компанія готова до майбутніх викликів.

Інструменти аналізу даних допомагають компаніям відстежувати та аналізувати свої маркетингові зусилля, надаючи цінну інформацію про поведінку клієнтів, ефективність маркетингу та рентабельність інвестицій. Для життєстійкості важливо швидко реагувати на мінливі ринкові умови, потреби клієнтів і нові тенденції, надаючи дані та аналітику в реальному часі, дозволяючи швидко експериментування та повторення, а також підтримуючи гнучкі маркетингові процеси.

Інструменти MarTech можуть допомогти компаніям покращити залучення клієнтів шляхом автоматизації персоналізованих комунікацій, проведення цільових маркетингових кампаній і забезпечення безперебійної взаємодії з клієнтами за кількома каналами [4]. Платформи CMS допомагають компаніям керувати контентом своїх веб-сайтів, включаючи блоги, цільові сторінки та опис продуктів. Інструменти керування соціальними мережами. Інструменти управління соціальними мережами допомагають компаніям управляти своїми обліковими записами у соціальних мережах, планувати публікації, відстежувати залученість та аналізувати показники соціальних взаємодій. Інструменти пошукової оптимізації (SEO) допомагають компаніям оптимізувати контент свого веб-сайту для пошукових систем, покращуючи видимість та залучаючи трафік на веб-сайт.

Цифрові інструменти застосовуються компаніям, щоб адаптуватися до віддаленої роботи, надаючи віддалений доступ до маркетингових платформ і уможлиблюючи віртуальну співпрацю між членами команди. В умовах зростання кількості даних про клієнтів, обробка неструктурованих даних проводиться за допомогою алгоритмів штучного інтелекту (AI). ШІ може обробляти великі обсяги даних з невеликою кількістю помилок за відносно короткий час. А також він може автоматизувати більшість завдань, що повторюються.

Для життєстійкості бізнесу в умовах зростання конкуренції прозорість та впізнаваність бренду, якому довіряють мають важливе значення. Сталі системи можуть використовувати технології для створення більш екологічних пакувальних рішень, використання біорозкладних або переробних матеріалів, скорочення кількості упаковки, що використовується, або використання цифрових рішень для скорочення паперових відходів.

Загалом, маркетинг для життєстійкості бізнесу орієнтований на сталий розвиток є важливим підходом для компаній, які хочуть створити більш стійке майбутнє. Розробляючи продукти та послуги, які мінімізують їхній вплив на

навколишнє середовище, прозоро ставлячись до своїх практик і залучаючи споживачів для сприяння відповідальній поведінці, компанії роблять свій внесок у більш стійкий світ. Такі практики зміцнюють лояльність до бренду та конкурентну перевагу на ринку.

Список використаних джерел

1. Звіт «Україна: стале економічне відновлення для людей і природи». Вересень 2022. URL: <https://wwf.ua/>.

2. Савицька Н.Л. Основні тенденції суб'єктності в умовах становлення економіки знань. Проблеми економіки. 2012. № 1. С. 20–23. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2012-1_0-pages-20_23.pdf.

3. Formation of entrepreneurship model by innovation activity of industrial enterprises. /Perevozova I. &etc. *Journal of Entrepreneurship Education*; Arden. 2019. Том 22, РР.1-

6.URL:<https://www.proquest.com/openview/d44419ac7d43b1878a715f5e81615cc4/1?pq-origsite=gscholar&cbl=28224>.

4. СавицькаН.Л., КотО.В., КотМ.С. Каналимаркетинговихкомунікаційякзасібпідвищеннякомунікативноїактивностіпідприємствторгівлі. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 15. С.306 –310. URL: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/62.pdf> .

УДК658.8:658.56:339.92

ІННОВАЦІЙНІ МАРКЕТИНГОВІ ПРОЄКТИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

АНДРІЙ ГОЛІЦИН, КАТЕРИНА ЧЕПУРНА

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
Україна*

Наразі економіка України перебуває в критичному занепаді, що зумовлений низкою негативних подій за останні декілька років. Згідно досліджень, наразі більшість ринків України зазнають значних збитків через це, а в подальшому вимагатимуть значних реформатувань в галузі задля того, аби знову ефективно функціонувати. Проте, ринок логістичних послуг, який відіграє важливу роль в економіці, продовжує демонструвати зростання та розвиток[1].

Україна має великий потенціал в галузі транспорту та логістичних перевезень, що свідчить про перспективи розвитку логістики як однієї з пріоритетних галузей економіки країни. Незважаючи на виклики, такі як війна та кризові процеси на ринку, прогнозується подальший розвиток цієї галузі, оскільки вона має значний потенціал для зростання. Забезпечення якісних логістичних послуг є важливим для розвитку національної економіки та міжнародної торгівлі,

тому необхідно активно розвивати цю сферу та впроваджувати інноваційні підходи у маркетингу.

Розвиток та запровадження інноваційних маркетингових проєктів в сфері логістики стає вже необхідністю, а не можливістю. Це дозволить забезпечити конкурентоспроможність українських логістичних компаній на міжнародному ринку, збільшити обсяги експорту та імпорту, зменшити витрати та підвищити якість послуг.

Варто зазначити, що до повномасштабного вторгнення Росії, вважалось, що в Україні вигідне розташування, оскільки країна межує з сімома іншими та має вихід до моря. Це дозволяло державі отримувати доходи не лише від діяльності резидентів, а й залучати додаткові надходження з плати за транзит (Азія-Європа та навпаки). Україна мала зручне транзитне розташування для авіаційних, водних, залізничних та автомобільних напрямків вантажоперевезень. Таким чином, міжнародні перевезення в Україні займали одне з провідних місць в надходженнях держави.

Згідно довоєнним статистичним даним, на ринок логістичних послуг України припадає частка в 12% від загальної ВВП країни [2, с.146]. Це відображає значущість впливу стабільності та розвитку цієї галузі на економіку в цілому. Близько 7% загальної кількості зайнятого населення в Україні було залучено в сферу логістичних перевезень. Тому закриття кордонів, введення обмежень та погіршення безпеки територій на міжнародному рівні напередодні повномасштабного вторгнення вже похитнули стійкість галузі [3, с.394]. Починаючи з 24 лютого 2022 року галузь взагалі зазнала масштабних змін. Наразі Україна не може здійснювати міжнародні перевезення та не є транзитною державою через зовнішні загрози (ракетні обстріли територій України росією; постійні погрози країни-агресора; маніпуляції російської федерації на міжнародних ринках), що спричинило значне недоотримання коштів в державний бюджет.

Станом на весну 2023 року, більшість підприємств логістичної сфери, змогли прийняти рішення стосовно своєї діяльності, переформуватись або ж тимчасово зупинити свою діяльність, якщо у них відсутня можливість продовжувати. Найбільше постраждали авіа- та морські перевезення, через потенційну високу небезпеку. Розвиток логістичної діяльності підприємств залізничного транспорту є перспективним напрямком розвитку транспортної галузі, що потребує запровадження ефективної системи управління, інтермодальних перевезень, контейнеризації вантажопотоків, створення ХАБів, підвищення якості обслуговування клієнтів та встановлення конкурентоспроможних тарифів. Здебільшого інформація на такому рівні є недоступною, можна відслідковувати лише з відкритих даних. Тому компанії самостійно заявляють про інновації та маркетингові проєкти, які вони здійснюють.

Найбільш поширеними інноваційними маркетинговими проєктами для вищеперерахованих підприємств є впровадження систем збору та аналізу даних про логістичні процеси та послуги, їх ефективність, використання блокчейн-технологій для збереження захищеності даних у логістичній галузі. В свій час,

розробка власних систем відстеження вантажів та відслідковування маршрутів теж здійснили прорив, який підвищив привабливість галузі [2, с.150].

Так, наприклад, компанія «UVK» українського походження, яка постійно вдосконалює свої 3PL (Third Party Logistics) послуги та маркетинг, щоб підлаштуватись під потреби клієнтів. Компанія пропонує комплексні логістичні рішення, що включають митно-брокерські послуги, міжнародний форвардинг, фулфілмент, доставку та зберігання вантажів. Окрім того, вона активно впроваджує інноваційні проекти (Інтернет речей, блокчейн тощо), які дозволяють їй підвищити ефективність та конкурентоспроможність. На додаток до цього, компанія пропонує прямий регулярний сервіс з перевезення збірних вантажів з Китаю та інших країн Південно-Східної Азії, Північної і Південної Америки. Навіть за нестабільних умов середовища, компанія все ще продовжує своє функціонування та працює над інноваційними ідеями, які б могли мінімізувати ризики для їх клієнтів.

Наразі ми також спостерігаємо стрімкий розвиток поштової логістики в країні. Підприємства даного напрямку збільшують свої вантажопотоки з кожним роком. Значне місце в розвитку цієї галузі відіграли інноваційні маркетингові рішення, пов'язані з інтенсифікацією міжнародних доставок та електронної торгівлі. В свій час, інноваційним рішенням, яке частково навіть випереджало час, було створення мобільного додатку підприємства, де Відправники та Отримувачі мали змогу швидко відслідкувати свою доставку, використати додаткові сервіси тощо.

Завдяки своїм своєчасним рішенням та вдалій побудові маркетингової діяльності, ТОВ «Нова Пошта» займає 2/3 частки ринку кур'єрських та поштових доставок в Україні. Варто зазначити, що останні декілька років підприємство також проваджує багато нових маркетингових проектів, які дозволяють їй все більше нарощувати потужності [4, с.112].

На нашу думку, одним із останніх найпотужніших маркетингових проектів в цій сфері є саме «NPShopping» та розширення можливостей міжнародних доставок. Вже восени 2022 року, «Нова Пошта» відкривала свої перші відділення в Польщі [5]. До такого рішення вони частково прийшли за рахунок великої кількості українських біженців. Можливо, підприємство попередньо вже розглядали таку можливість, але адаптація під зміни середовища однозначно пришвидшила цей процес.

У висновку, ми бачимо, що сфера логістичних послуг є перспективною для розвитку, саме тому підприємства сфери запроваджують інноваційні маркетингові проекти, які можуть забезпечувати їх конкурентоспроможність не лише на ринку України, а й за її межами. Подібні проекти та рішення матимуть значний вплив при відновленні економіки країни та зможуть підтримувати забезпечення країни.

Список використаних джерел

1. Зяйлик М. Ф., Горин Р. І. Підвищення ролі логістичних послуг в Україні. *Матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, академіка НАН України Миколи Григоровича Чумаченка:*

Соціальна відповідальність як основа інноваційного розвитку бізнесу. 2022. с.44-45

2. Гринкевич С. С., Сірик З. О., Пилипів Н. І. Сучасні особливості розвитку логістичної системи залізничних перевезень. *Український журнал прикладної економіки та техніки.* 2021. Том 6. № 3. С. 146-151.

3. Пісня Д. А., Цимбалістова О. А. Ринок логістичних послуг в Україні. *Професійний менеджмент в сучасних умовах розвитку ринку: Матеріали доповідей X науково-практичної конференції з міжнародною участю (1 листопада 2021 р.).* Х.: Видавництво Іванченка І. С., 2021. с.394-395

4. Торяник, В. В., Іваннікова М. М. Аналіз маркетингового середовища логістичного підприємства на прикладі ТОВ «Нова пошта». 2022. с.111-116

5. Ткачук І. DOU.UA. Від неоплачуваних відпусток для розробників до виходу на ринок Польщі. Як «Нова Пошта» ледь не зазнала краху і що відбувається в компанії зараз. 13.12.2022 URL: <https://dou.ua/lenta/interviews/interview-with-nova-post> (дата звернення 20.04.2023)

UBC 338.146

APPLICATION OF AI TECHNOLOGIES IN MARKETING CAMPAIGNS

DIANA FAYVISHENKO, YEVA FAIVISHENKO

State University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine

Every year, the relevance of artificial intelligence research as a field that explores the limitations and tools of mechanical systems for acquiring, processing, and applying knowledge and skills changes and acquires new forms and content. The application of artificial intelligence technologies is rapidly developing and spreading to various industries. Modern AI algorithms are used in marketing to determine the effectiveness of advertising banners on various platforms and help optimize marketing processes.

Currently, there are three main areas of interaction between digital marketing and artificial intelligence:

1. Personalized marketing: Artificial intelligence helps to create individual marketing strategies for each client, taking into account their online behavior, interests, and preferences. By analyzing data from website visits, social media, and emails, the AI system can select individualized content and advertising for each user.

2. Big data analysis: Big data is an important element in marketing. AI systems can analyze and process large amounts of data to identify trends, understand consumer needs, and predict the results of marketing campaigns.

3. Improving search engine optimization: Artificial intelligence is used to optimize the search engine optimization (SEO) process. By analyzing user behavior and search engine queries, AI systems can provide recommendations on keywords to use on a website and optimize other parameters that affect search engine rankings [1].

For personalized marketing, AI tools can be used to collect and process data, identify connections and patterns in user behavior, and predict their actions. Here are some of the tools used in personalized marketing:

1. **Data analysis:** Tools that include data analytics and machine learning allow you to analyze and understand user behavior, preferences, and habits. Based on this data, you can create user profiles and offer them customized content and advertising.

2. **Recommendations:** Recommender systems help to select customized content for each user based on their preferences and interests. They are typically used to recommend products and services that may be of interest to a particular user.

3. **Voice assistants:** Voice assistants such as Siri and Alexa use artificial intelligence to answer user questions and help control electronic devices. They can also help order goods and services based on the user's preferences and needs.

4. **Social media analysis:** Social media analytics helps to study the preferences and behavior of users on social media, including Facebook, Twitter, and Instagram. This data can be used to create personalized advertising campaigns that best meet the interests and needs of each individual user. Artificial intelligence is used to analyze thousands of individual user profiles, their preferences, interests, and behavior to create personalized advertising offers. This helps to improve the effectiveness of marketing campaigns and increase the conversion of advertising messages.

Artificial intelligence is used to analyze big data using a variety of tools, including:

1. **Machine learning:** It provides the ability of an AI system to learn from a large amount of data and identify patterns, which makes it possible to create predictive models.

2. **Text analysis:** AI tools allow analyzing and determining the tone, mood, and semantic relationships of large amounts of textual information, which helps to understand the needs and wishes of users.

3. **Data clustering:** this AI tool is used to divide a large amount of data into groups based on certain characteristics. It allows to get a deeper understanding of processes and user behavior.

4. **Neural networks:** they are used to solve complex tasks, such as image and voice recognition, which allows to analyze large amounts of data quickly and accurately.

5. **Prediction:** This AI tool allows you to create predictions based on the analysis of historical data, which allows you to predict market trends and user behavior in the future [2].

Artificial intelligence tools that can be used to improve search engine optimization include:

1. **Keyword analysis:** AI algorithms help to identify the most effective keywords to increase visibility in search engines.

2. **Image recognition:** AI technologies help to recognize images and videos, which allows you to optimize them for search engines.

3. **Content optimization:** AI algorithms help analyze and optimize content for better search engine visibility.

4. **Using chatbots:** AI algorithms help to create effective chatbot solutions to improve user experience and increase customer satisfaction.

5. **Use of virtual assistants:** AI technologies enable the creation of virtual assistants that can help users with their search query and provide a more efficient search experience [3].

The application of artificial intelligence technologies in marketing is a relevant and promising research topic. Understanding consumer behavior and needs is an important element in the development of effective marketing strategies, and AI technologies help to improve this process. The use of AI tools allows collecting, analyzing, and processing large amounts of data about consumers and their behavior.

This allows to develop personalized approaches to communication with consumers and optimize marketing campaigns.

The study analyzed various areas of interaction between digital marketing and artificial intelligence, including the use of AI tools for content personalization and e-commerce, social media analysis, and search engine optimization. Research results have shown that the use of AI technologies allows achieving better results in the development of marketing campaigns and increasing the efficiency of communication with consumers.

Thus, the use of AI technologies in marketing campaigns is a promising direction that allows to increase the efficiency of marketing strategies and ensure better communication with consumers. Studies have shown that the use of AI tools allows improving data collection and analysis processes, which allows developing personalized approaches to communication with the audience.

References

1. How to Design an AI Marketing Strategy URL: <https://hbr.org/2021/07/how-to-design-an-ai-marketing-strategy>
2. Artificial Intelligence in Marketing: Boost the Growth in 2023 URL: <https://mobidev.biz/blog/artificial-intelligence-ai-marketing-use-cases>
3. The impact of artificial intelligence in digital marketing, Abdul Moaz Alkhayyat Ahmed Mohamud Ahmed, 2022-06-01

UDC339.1:338.121

FORMING THE VALUE OF A RETAIL BRAND USING DIGITAL TECHNOLOGIES

HANNA CHMIL, KATERYNA POLEVYCH

State Biotechnology University, Ukraine

Content blurs the line between information and promotion, providing awareness, visibility, loyalty and trust to the brand. The symbiosis of information technology and experimental (behavioral) economics has expanded the tools of targeted influence on consumer behavior. In modern conditions of retail trade development 4.0. digital content is a separate area of brand value strategy and it has become an integral part of modern business culture. The use of AR, 3D-models, AI in e-commerce. Many companies try to involve people in the buying process by making it a game. The client must have an exciting immersive experience. This process will be remembered, increase emotional attachment to the brand and increase the number of brand advocates. In the web you can find a cheaper and simpler good, but instead, you want to come to a particular store for emotions and atmosphere. Or for beautiful decorations to take a

stylish photo for Instagram, shoot a vivid video for TikTok. Digital solutions play an increasingly important role in this. With their help, companies apply the strengths of the digital world in real life.

Customers can easily make purchases directly from media formats - you can buy a product from a tweet, Facebook post or video. Brands do not need to take customers to the store, now they run the store to the customer. The new role of the store as a means of communication is to deliver an emotionally attractive experience to customers. It is a positive emotional experience that promotes brand development and loyalty. Most offline stores changed their format, attitude to customer experience and began to focus not on selling goods, but on emotions and entertainment of visitors. The reason is a new generation of shoppers who are driven by emotion, curiosity and a desire for a unique experience in every moment of life. Therefore, the main customer experience trend in offline stores is retailtainment – a term derived from the words retail and entertainment.

The main difference between content marketing and other marketing tools is that it accompanies the client consistently in a STIEB spiral from situation (Situation), thought (Theory), reasoning (Insight), emotional inclusion (Emotion) to behavioral response (Behavior) [1]. An important place in the implementation of tactics to achieve the goals belongs to the content plan, which regulates the placement of a certain type, format and type of content on the appropriate platforms with a certain frequency and periodicity. Different companies plan in their own way – for a week, two weeks, for a month.

The systematization of the content strategy planning practice made it possible to single out the following main stages: integration of business goals, marketing, communications and content marketing; building a CJM (Customer Journey Mapping) consumer route map; identification of triggers for the behavior of the target audience: drivers that stimulate the consumption of the product, and barriers that prevent consumption from both the audience and the product [2]. Development of a content plan indicating the periods of use of certain tools and platforms; creation and distribution of content; tracking feedback from the target audience, evaluating the effectiveness and efficiency of the tools involved (metrics); comparison of goals and indicators, if necessary, adjustment of the previous stages of the strategy.

It is proposed to consider examples of assignment and their solutions:

1. The image of an expert and the formation of trust on all those issues that may be of interest to the client. By publishing enough materials and creating content for the goods or services that the company sells, it automatically becomes a leader in its niche and is perceived by consumers as an authority.

2. Interests of potential clients. Needed to use and analyze content, as well as feedback in the form of reviews, wishes and comments on social networks from customers. The classification of the main components of the content strategy is clearly presented in the periodic table of Chris Lake [3]. It combines content formats (article, video, webinar), its types (reviews, expert surveys, statistics), types (informational, educational, viral) and distribution platforms (website, social networks, partner sites). This tool allows you to compare measurement parameters (reach metrics, social metrics, search metrics, engagement, etc.) with specific goals (web traffic, engagement, sales, promotions) and highlight the main triggers for content sharing.

Consolidated tools for content marketing and its management are offered; only in general terms do they demonstrate the complexity of coordinating strategy and tactics in the online environment. Despite the low budget of content marketing, it requires financial investments, and the calculation of the effectiveness of its implementation through financial indicators (ROI, etc.) has significant methodological difficulties[3]. Determining the exact relationship of published content with the number of new and repeat sales is more difficult than with the number of likes, favorites, and so on. Therefore, marketing automation systems offer many services that use analytics platforms to track all points of contact with the buyer across all channels along the path to purchase.

Systematization of tools reproduces the logic of interaction with the target audience, allows you to integrate three components: strategy development, content creation and promotion. However, in order for videos, infographics and texts to become an effective tool, valuable content needs unique ideas as the art of motivating the consumer for a targeted action, involving him in the sales scenario. Content creation is a continuous process of monitoring competitors' content and creating your own unique content [4].

The CJM map allows you to capture the goals, expectations, concerns, fears and emotional state of the customer in order to use the consumer experience to find content ideas and sites to solve customer problems. Vertically, it intersects with the marketing funnel, when the buyer goes through the stage of understanding the product, studying it, collecting information about it, choosing and buying. Attribution is the distribution of value between individual points of user interaction along the path to conversion. This gives us an idea of what role the channel played in increasing the number of conversions.

The system analyzes the information to determine which ads, keywords and campaigns are most effective in achieving the company's business goals.

The entire period from the moment the user first contacts the ad to the moment of conversion is the attribution window (conversion window) and can take from an hour, for example, when delivering pizza, to a year, for example, when buying a home.

This data will be enough for the initial selection, but to make a decision based on accurate data, you need to accumulate analytics that need to be properly configured.

Based on this, the following types of transformations can be distinguished. Post-view conversions are conversions in which the target action was performed by the user who saw the promotional offer, but did not click on it. Post-click conversions are conversions made after visiting the site through an ad creative. Depending on when the target action occurred, they can be either the main source of conversion or an auxiliary one. Related conversions are conversions in which the channel was ancillary, helped to convert, but was not the last in terms of connectivity. Last click conversions are conversions on the channel that was the last in the chain before the actual conversion.

Communicative approach of the main metrics used in digital interaction: coverage indicators; emotional indicators; engagement indicators; audience activity, reaction to content; Engagement Indices, Approval Indices, Gain Index, and Communication Index; Rate of investment (ROI). Metrics can be divided into 3 groups: traditional marketing indicators (knowledge, loyalty, resale, etc.); Internet marketing

indicators (site traffic, conversions, etc.); other indicators (reputation, tone of messages, activity of the target audience). It is the after-sales behavior of the customer that informs about his product loyalty or rejection.

Traditional and digital media channels – television, magazines, radio, advertising and social networks are transformed from information to commercial tools for brand promotion. Content marketing simultaneously overcomes the problem of ignoring banner advertising by consumers; popularizes expert opinion; creates long-term customer relationships. High-quality and useful content that solves customer problems, evokes positive emotions in them, is able to attract new audiences and increase customer loyalty. The key customer experience trend in offline stores is retail entertainment, which allows you to convey to the audience the emotional reaction of the brand.

References

1. Savytska, N., Chmil, H., Hrabynikova, O., Pushkina, O., Vakulich, M. Behavioral models for ensuring the security of functioning and organizational sustainability of the enterprise. *Journal of Security and Sustainability*. 2019. 9 (1), PP. 63-76. URL:[https://doi.org/10.9770/jssi.2019.9.1\(6\)](https://doi.org/10.9770/jssi.2019.9.1(6)).

2. Савицька Н.Л., Полевич К.В. Тенденції розвитку мережного ритейлу як драйвера сучасної глобальної економіки. *Ефективна економіка*. 2014. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3361>.

3. Савицька Н., Михайлова В., Полевич К., Декадіна В. Контент-маркетинг: стратегія і тактика. *Маркетинг в Україні*. 2018. №6, С. 45-51.

4. Savytska, N., Zhehus, O., Chmil, H., Uchakova, N., Androsova, T., Priadko, O. Applied Research of Digital Readiness of Retails. *WSEAS Transactions on Environment and Development*. 2022, 18, 798–809. URL: <https://wseas.com/journals/ead/2022/b545117-139.pdf>.

УДК338.488.2:640.4]339.138+502/504(043.2)

ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

ІРИНА МЕНДЕЛА

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

Екологічний маркетинг готельного підприємства – це використання стратегій та методів маркетингу з планового просування та продажу послуг готельного бізнесу з екологічною спрямованістю, тобто відповідно до принципів сталого розвитку та з мінімальним негативним впливом на довкілля. Основна мета екологічного маркетингу готельного підприємства полягає в тому, щоб привернути увагу та задовольнити потреби тих клієнтів, які цінують екологічність та сталий розвиток, та забезпечити їм відчуття задоволення від відпочинку, яке не завдає шкоди довкіллю. Крім того, екологічний маркетинг може допомогти готельному підприємству ефективно вирішувати екологічні проблеми, зокрема зменшувати використання ресурсів, забезпечувати правильне використання відходів та підвищувати свідомість гостей щодо екологічної культури.

Екологічний маркетинг в готельному бізнесі має свої особливості. Перш за все, він базується на принципах сталого розвитку та має на меті зниження негативного впливу готельної індустрії на довкілля, а також просування «зелених» та екологічно чистих послуг. Для досягнення цих цілей необхідно скористатися спеціальними стратегіями та методами маркетингу, які дозволяють залучити екологічно свідомих клієнтів, які дотримуються принципів збереження довкілля та підтримки сталого розвитку. З іншого боку, вони займаються забезпеченням вимог споживачів щодо збереження довкілля, впровадженням екологічних чинників у власній стратегії просування та маркетингу, з чого отримують додатковий прибуток [1, с. 131].

Такий маркетинг може включати в себе використання екологічної лексики та символіки в рекламних матеріалах готельного підприємства, які підкреслюють його зобов'язання до збереження природних ресурсів. Наприклад, вказувати на використання екологічно чистих матеріалів у конструкції готелю або наявність сонячних батарей на даху, що забезпечує енергетичну ефективність. Такі дії можуть допомогти залучити до співпраці клієнтів, які цінують екологічність та сталий розвиток. Крім того, це може підвищити довіру до готельного підприємства та створити позитивний імідж, який дозволить привернути нових гостей та зберегти постійних клієнтів.

Екологічний маркетинг також може включати в себе реалізацію екологічно чутливих пакетів послуг, таких як використання «зелених» засобів чи екоекскурсій. Це можуть бути, наприклад, тури, піші прогулянки, велосипедні тури, екскурсії до національних парків тощо, в рамках яких є екологічно чисті засоби пересування, під час яких відвідуються місця з невеликим негативним впливом на довкілля та підтримуються принципи сталого розвитку і екологічної спрямованості. Готелі можуть встановлювати системи по збереженню води та електроенергії в номерах, що сприяє зменшенню негативного впливу на довкілля. Зменшення споживання води та електроенергії може допомогти зменшити витрати на оплату комунальних послуг та зменшити кошти на забезпечення побутових потреб готелю.

Крім того, екологічний маркетинг може включати в себе проведення освітніх заходів, які спрямовані на підвищення екологічної свідомості серед гостей готелю. Освітні заходи можуть також впливати на підвищення екологічної свідомості та мотивації працівників готелю, що дозволяє покращити екологічність процесів внутрішнього управління готелю та підвищити ефективність екологічних заходів. Наприклад, можна проводити лекції та семінари на тему збереження довкілля, зеленого туризму та використання екологічних продуктів.

Екологічний маркетинг може включати в себе співпрацю з місцевими екологічними організаціями та фондами для сприяння збереження природних ресурсів та екологічного розвитку регіону, наприклад, через спільні проекти з впровадження екологічних технологій та практик, створення екологічних маршрутів та екопоселень.

Важливою складовою екологічного маркетингу є також система екологічного менеджменту, яка включає в себе контроль та моніторинг використання ресурсів та відходів готельного підприємства з метою їх оптимізації та зменшення

негативного впливу на довкілля. Контроль та моніторинг використання ресурсів та відходів є необхідним елементом сталого розвитку готельної індустрії.

Екологічний маркетинг не тільки дозволяє готельному підприємству залучати екологічно свідомих клієнтів, але й зменшує негативний вплив готелю на довкілля та створює позитивний імідж для бренду готелю. Загалом, екологічний маркетинг готельного підприємства є маркером для досягнення сталого розвитку туристичної індустрії, залучення клієнтів з високою екологічною свідомістю та підвищення конкурентоспроможності готелю в сфері індустрії гостинності. Це сприятиме оздоровленню навколишнього середовища, підвищенню екологічної безпеки бізнесу і життєдіяльності населення на даній території, поліпшення екологічних і соціально-економічних характеристик природних ресурсів [2, с. 664].

Отже, екологічний маркетинг готельного підприємства – це використання спеціальних стратегій та методів маркетингу для просування та продажу екологічно чистих та «зелених» послуг готельного бізнесу. Головною метою екологічного маркетингу є зниження негативного впливу готельної індустрії на довкілля та забезпечення принципів сталого розвитку. Для досягнення цих цілей готельні підприємства використовують різні підходи, такі як використання екологічної лексики та символіки, запровадження «зелених» засобів та екоекскурсій, освітніх заходів та співробітництво з місцевими екологічними організаціями та фондами. Також важливо контролювати та відстежувати використання ресурсів та відходів готельного підприємства для забезпечення максимальної екологічної ефективності.

Список використаних джерел

1. Єрко І. В. Рудик А. О. Сутність дефініції «екологічний маркетинг готельного підприємства». *Індустрія туризму і сфера гостинності в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку: матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф., присвяченій 80-річчю Волинського національного університету імені Лесі Українки (м. Луцьк, 28 жовтня 2020 р.)* / відпов. ред. Л. В. Ільїн. Луцьк : ПП Іванюк В. П., 2020. С.129-133.
2. Загорянська О. Л. Оцінка конкурентоспроможності екологічних готелів у сучасних умовах господарювання. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. № 22. С. 662-668.

УДК 338.433 : 631.1

FEATURES OF THE PROMOTION OF ORGANIC PRODUCTS ON DOMESTIC AND FOREIGN MARKETS

OLENA SMIHUNOVA, VOLODYMYR PROTAS

State Biotechnological University, Ukraine

One of the most important strategic tasks of the agrarian policy of Ukraine is the gradual transition of the agro-industrial sector of the national economy to an ecologically safe level of agricultural development, because the safety of food products

and food raw materials is one of the main factors that determine the health of the population.

Today, the quality and safety of agricultural products is regulated by a wide range of legislative and legal documents. Most, in particular state standards, contain general technological requirements for the production of food products, especially for baby food products. Analyzing the legal framework related to organic production, it is worth noting that 95% of EU legislation has been implemented today.

Today, only 1% of agricultural land is used in the production of organic crop production in Ukraine. Production of plant products - grains, legumes, berries and fruits - prevails. The structure of organic products sold on the domestic market of Ukraine and exported to foreign markets differs quite significantly. So, if the domestic market offers mainly processed and finished organic products, then the export positions are mainly raw materials. However, in recent times, the formation of batches of processed organic products has been noted, which characterizes the ability of domestic manufacturers and traders to offer appropriate products of appropriate quality at the international level [1,2].

As the experience of recent years indicates, competition policy has been intensified in Ukraine, but the share of the monopoly sector of the economy in GDP still reaches more than 40% (10–12% is considered normal), so there is no need to talk about favorable conditions of competition in the market of organic products. Among the main restraining factors, economists name: difficult availability of capital; low investment incentives; unequal conditions of competition; low level of management quality at enterprises; insufficient level of integration into the world economic system; insufficient flexibility of the labor market.

The effectiveness of the activities of enterprises producing organic products largely depends on the successful implementation of the promotion process, aimed primarily at informing and reminding about the ecologically safe products presented and with the aim of stimulating demand for them. Balanced statements of the manufacturer regarding the product presented on the market and its price are able to convince potential consumers and ensure the sale of manufactured products. Forming the commitment of a potential consumer will require the use of both traditional and modern methods of promotion.

When considering the issue of product promotion management, it is worth focusing on the last two directions - marketing and logistics, which, given the peculiarities of the production of organic agricultural products, have certain details.

The implementation of marketing functions is aimed at the development and management of supply and demand in the market of organic products. More than 80 names of Ukrainian organic products are currently imported by more than 30 countries of the world. Its largest consignments are exported to the countries of the European Union (82%) and the USA (about 17%). In general, in 2021, Ukraine sold 260,000 tons of organic products to international markets worth about 220 million USD, which secured it the 5th place in the list of 126 countries importing organic products to the EU countries.

As for the domestic market of organic products, in 2021, 9,780 tons of organic products were sold on it for an amount equivalent to 33 million dollars. USA. The

problems hindering the development of the domestic market of organic products of Ukraine are primarily the low purchasing power of Ukrainians along with high enough prices for it and the low level of public awareness of the benefits of organic food products. However, the situation is gradually changing and a certain niche of consumers of certified organic products has already been identified. So, if in 2019 the share of organic products sold on the domestic consumer market was only 1.54%, then in 2021 it will be 3.6%.

While studying the marketing tools for stimulating the sale of organic products on the national and international markets, it is worth noting that in order to increase the trust of foreign consumers in organic products, Ukrainian manufacturers should create a well-thought-out logo that will be successfully used not only on packaging, but also in advertising campaigns through films and videos and Internet networks; to hold open events with refreshments and providing information about production, certification and their trademark. In order to draw up and implement a plan of measures for the further promotion of organic products from the producer to the final consumer, marketers must receive from the production department all the information about the quality of the product, its properties, characteristics, advantages, etc. [3].

Considering the problem of ensuring the sale of organic products, it is worth noting the peculiarities of the implementation of logistic functions. Managing the promotion of organic products requires taking into account delivery times and transport conditions, which will vary depending on whether the product is primary production, secondary processing or ready-to-package organic products.

The use of environmentally safe technologies in the production of agricultural products necessitates compliance with strict requirements at the stages of bringing such products to consumers. The logistics system must ensure the preservation of the quality of the produced products and their compliance with organic standards.

Given the predominantly small-scale organic production, today the distribution of organic products in Ukraine takes place mainly through the following direct channels: sale on the farm, door-to-door sales, fairs and fair exhibitions, farm shops. Such direct sales require farmers to make certain organizational changes and investments related to the storage, processing and sale of their own products. In order not to sell their products at a lower price to intermediaries, organic producers sell their products in the nearest cities, catering establishments and via the Internet.

Through indirect distribution (through specialized stores or supermarkets), such products are distributed much less, because this requires the formation of certain volumes of organic products and their homogeneous quality [3, p.158]. However, it is indirect distribution that is becoming more and more important for organic producers, and the formation of significant batches of organic products is possible thanks to the use of integration tools by small producers.

Realization of the export potential of producers of organic products requires the construction of an effective system of sales logistics, which can be implemented by the producer's own forces or by transfer to a specialized intermediary. Setting up their own logistics for the sale of organic products allows manufacturers to exercise direct control over the entire chain of its promotion, to get closer to potential consumers and make them more loyal. However, such an approach, in which logistics is considered as a

component of the marketing strategy, requires the creation and ensuring the functioning of the necessary infrastructure, which in turn requires the involvement of additional resources. Within the limits of local markets, such an approach can be beneficial for those manufacturers who have their own brand, branded stores or stable contractual relations with other retail chains [4,5].

Problems related to the peculiarities of organic products, which often have a limited shelf life, work in favor of the transfer of logistics in export-oriented conditions to specialized organizations: the need for rapid crossing of customs borders, compliance of elements of the logistics infrastructure and conditions of transportation of products with the norms of local legislation.

Another aspect of the export of organic products related to the involvement of third-party organizations is the need to form acceptable volumes of product batches. Organic production of agricultural products in Ukraine is mostly low-market. Farmers are forced to subcontract the produced organic products to specialized logistics companies or traders capable of creating consolidated batches that meet transit standards. Solving the mentioned problem is also possible through formal or informal cooperation of producers of organic products to facilitate their sale, in particular through the consolidation of product lots.

Organic production in Ukraine has significant prospects for development in view of the growing interest in ecologically safe products both on the part of Ukrainian consumers and in the aspect of realization of export potential. The formation of long-term competitive advantages of an organic product on the domestic and foreign markets requires the development and implementation of a complex of its promotion, which would take into account, in particular, the peculiarities of the implementation of marketing and logistics measures.

References

1. Смігунова О. В., Ільїн О.А. Стан та перспективи розвитку виробництва органічної продукції в Україні. Український журнал прикладної економіки. 2020. Том 5. № 4. С. 98 – 105.

2. Bogomolova K., Kralia V., Podolska O., Sahachko Yu., Smihunova O. Development of the logistics and transport system of organic products as a perspective direction of Ukraine's environmental strategy. International Conference on Sustainable Transport System and Maritime Logistics (ISTSML 2021), 24.06.2021. Vol. 339, 2021. URL : <https://doi.org/10.1051/matecconf/202133901017>.

3. Novytska I. Scientific and Theoretical Approach to the Management of Organic Products Promotion = Науково-теоретичний підхід до управління просуванням органічної продукції. Економіка і регіон. 2021. № 3 (82). С. 84–90. DOI 10.26906/EiR.2021.3(82).2370.

4. Литвинов А. І. Органічна продукція: проблема логістики. Вісник ХНТУСГ. 2018. Вип. 193. С. 238–46. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtusg_2018_193_26.

5. Bogomolova K., Kralia V., Podolska O., Sahachko Yu., Smihunova O. Development of the logistics and transport system of organic products as a perspective direction of Ukraine's environmental strategy. International Conference on Sustainable Transport System and Maritime Logistics (ISTSML 2021), 24.06.2021. Vol. 339, 2021. <https://doi.org/10.1051/matecconf/202133901017>.

CALCULATION METHODS OF THE PROMOTION BUDGET

YULIIA ZYMBALEVSKA

Kyiv National University of Technologies and Design, Україна

One of the most difficult marketing questions facing the company - how much money to allocate for product promotion. The amounts spent by companies and entire industries vary quite significantly. Let's consider four most common methods of calculating the promotion budget.

The method of calculating the promotion budget "from available funds", that is, using the "ceiling" rule: companies allocate an amount that they can afford in their own opinion. First, the total income is calculated, from which current expenses and capital expenses are subtracted, and then some amount is allocated for advertising from the balance. This method completely ignores the impact of promotional activities on sales volume. Of all the company's expenses, advertising costs have the lowest priority, even when advertising is a decisive factor in the company's success. This leads to an uncertain annual budget for promotion expenses, making it difficult to plan long-term marketing activities. Therefore, this method of calculating the budget sometimes leads to overestimated costs for advertising, but more often they turn out to be understated [2].

The method of calculating the promotion budget as a % of the sales amount, that is, drawing up the promotion budget in a certain percentage ratio to the current or expected revenue or to the selling price of the product. Compared to the previous one, this method has a number of advantages. It is easy to use and reflects the relationship between the costs of promotion, the selling price of the product and the amount of profit per unit of the product. Also, this method supports competitive stability, since competing firms spend approximately the same percentage of their sales on promotion. But, despite all the advantages, this method has many disadvantages. He sees sales as a prerequisite for promotion, not as an outcome. Finally, the choice of a specific percentage share is arbitrary and is not justified by any objective considerations, except for the past experience of the firm or the amount of similar costs of competing firms.

The method of calculating the promotion budget based on competitive parity. The company sets the size of its incentive budget at the level of the corresponding costs of competitors. Tracking competitors' advertising, or estimating average advertising costs in your industry, using various printed sources or summaries of professional organizations and planning your budget based on average costs. Two arguments can be given in support of this method. First, the level of costs of competitors reflects the point of view of most companies in the industry. Secondly, it is believed that the same level of costs allows to avoid sharp competition in the field of promotion. But not one of these arguments is not convincing enough. There is no reason to believe that competitors are able to estimate the required amount of company costs better than the company itself.

The method of calculating the promotion budget based on goals and objectives is the most logical method of calculating the advertising company's budget, since

the company sets the budget based on what it wants to achieve with the help of promotion. This method includes: development of specific promotion goals; determination of the tasks that should be performed to achieve these goals; estimate the costs of performing these tasks. The amount of these costs will make up the promotion budget.

Low-budget marketing is the desire of almost every entrepreneur. Currently, not everyone is used to allocating funds for marketing, and there is distrust of how the money spent on promotion will be returned. Promotional methods and measures to increase sales and brand awareness with little or no funds include:

1. Barter. Share a mutual benefit with your partner.
2. Exhibitions. Prepare the best for your partners and target audience and present on the common territory.
3. Internal measures. They mean your personal activities for your target audience, for your potential customers. Create some useful event for your customers [1; 2].
4. External measures. Many people forget about useful informal gatherings in the form of various clubs, communities, and so on.
5. Press releases. Publish interesting news from inside your company.
6. Publications. The same, only these are more meaningful articles in the press.
7. Cases. Write stories according to the formula "Problem - Solution - Result".
8. Reviews. Ideally, the company should collect them from the beginning of its existence, because it brings trust from other customers, carries with it a positive reputation. This is especially true for reviews left by your famous customers.
9. Word of mouth radio. Engage the public in discussing your company or product. The subject of the conversation should be something funny, sad, interesting, impressive.
10. Free consultations, demonstrations, samples.
11. Atmosphere and decoration of the client office / service hall.
12. Gift certificates, loyalty programs.
13. Cross-marketing promotions with partners. Organize joint actions with your colleagues.
14. Contests, quizzes.
15. Team up with your partners. Answer their questions, give them an opportunity to express their opinion, make connections in every way [2].

Of course, all these methods of low-cost marketing do not require a lot of money, but require the investment of other resources - time, strength, patience, energy, imagination and your knowledge. It is recommended not to scatter all of the described methods of promotion - try each of them in turn, see - which one works best for you, brings the most customers? Focus on a few that are most optimal for you in terms of time and effort/number of concluded deals. Promote and sell not the company and products, but the emotion and "result" of using the services and contacting the company.

References

1. Social Network Marketing Expands Sphere [Electronic resource]. - Access mode: <http://www.emarketer.com/Article.aspx?R=1007252>
2. 7 free and low-budget ways of business promotion: [Electronic resource]. - Access mode: <https://tema.marketing/seoblog/7-besplatnyh-i-malobyudzhethnyh-sposobov-prodvizheniya-biznesa/>

**HOW DO WE TEACH SOCIAL MARKETING CREATIVELY? THE
“NORWEGIAN PROJECT” CASE STUDY**

OKSANA MALYNKA¹, RICHARD TOMLINS²

¹Ivano-Frankivsk National Technical Oil and Gas University, Ukraine

United American Marketing, Oak Brook, Illinois, US

²School of Marketing and Management, Coventry University, Coventry, UK

The project of social adaptation and facilitation of military veterans (the so-called Norwegian project) has the goal of retraining a target group in civil and professional areas that are in demand in the labor market of Ukraine, providing the participants of the project with legal and social adaptation to the conditions of civil society [1].

The executors of the main part of the project are educational institutions of Ukraine (namely, Ivano-Frankivsk National Technical Oil and Gas University) and the Norwegian University of Nordland.

During professional retraining, the project's participants receive assistance in legal adapting, psychological rehabilitation, employment, and advice on starting their businesses.

Social marketing is one of the courses which the participants learn. As teachers, we use various creative and interactive methods, namely, ice breakers like Spaghetti and Marshmallow Challenge, Business Model Canvas Cards Game, Lego Serious Play, Lego-A-Go-Go, etc.

First, our students get explained why a business needs social marketing. We like a quote by Gary Vaynerchuk – an entrepreneur, speaker, & marketing expert: «The best marketing strategy ever: CARE.»

Social marketing is actually «marketing for good.» Our participants have almost definitely come across at least one of its examples.

But what is and what is not social marketing? Why is it important? What are the essential elements and strategies to utilize if your company decides to use social marketing? Students often get confused about these details.

Social marketing is about promoting social changes, not benefitting a brand [2]. With traditional marketing techniques, social marketing raises awareness of a problem and aims to convince an audience to change their behaviors.

So, instead of selling a product, social marketing «sells» a behavior or lifestyle that benefits society to create the desired change. Instead of showing how a product is better than competing products, social marketing «competes» against unwanted thoughts, behaviors, or actions.

Here is a social marketing example developed by emergency services. Figure 1 illustrates the consequences of using mobile phones while driving.



Figure 1«2-Second Glance»

Once students learn the «4 Ps» of social marketing and are ready to design their social marketing campaigns, they should create a slogan and compelling visuals and think about crafting a simple but memorable symbol, to serve as powerful «triggers» that motivate action and stick in their audience's minds.

Finally, students consider remarkable social marketing campaigns and what they do well, including how they show the «4 Ps.» For example, the «Not Special Needs» Campaign video. The product of this campaign is the inclusion of people with Down's syndrome. The video shows that the «special needs» label often applied to people with Down's Syndrome doesn't make sense. After all, people with Down's syndrome have similar needs to everyone else: to be accepted and included. The video was paired with a #notspecialneeds campaign on Facebook, Twitter, and Instagram, which also prompted visits to the site of notspecialneeds.com.

It breaks down the stereotype with a humorous premise: «special needs» would be uncommon needs, such as the need for celebrity wake-up calls or meals of dinosaur eggs. Then, it drives the point home with this message: «What we need is education, jobs, opportunities, friends, and some love. Just like everybody else.» The ad showcases people with Down's Syndrome telling their own stories (Figure 2).

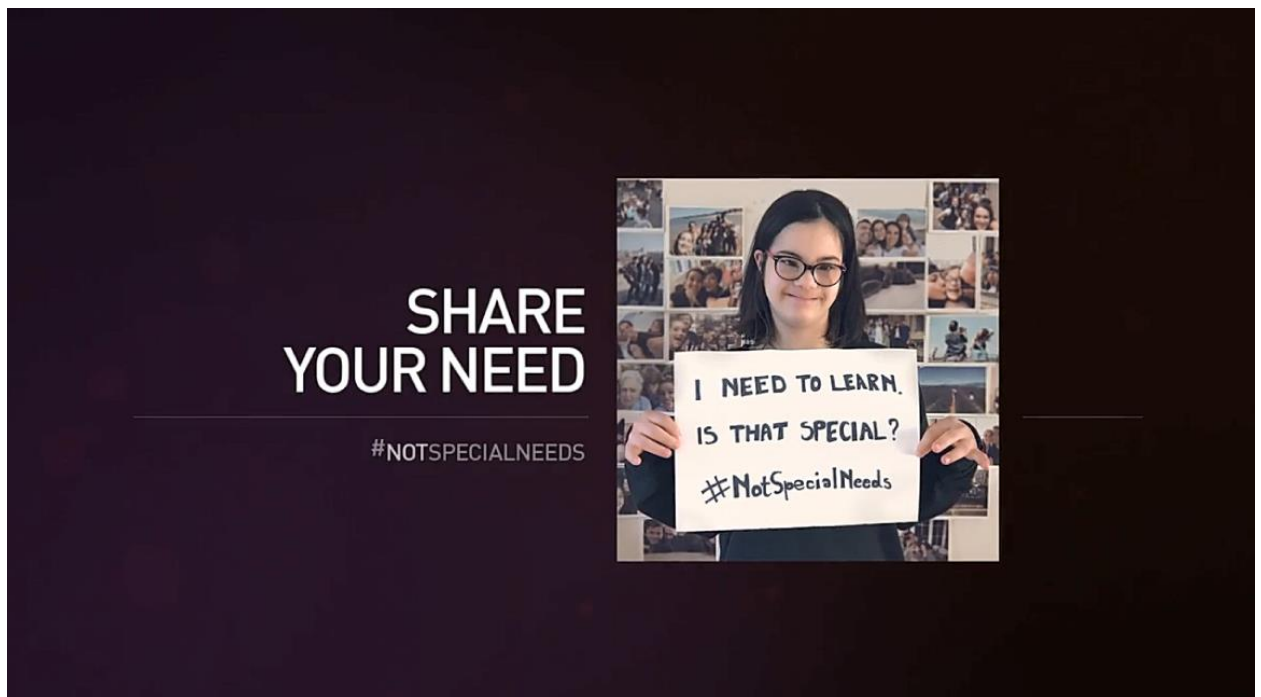


Figure 2«Not Special Needs»

Participants of the Norwegian project also generate ideas for their social projects and develop ways to implement them through social marketing campaigns. They use Business Canvas Cards Game (B Model), Lego Serious Play, and Lego-A-Go-Go games [3].

So we emphasize the practical side of social marketing teaching. If our students plan on using social marketing to solve a problem or spread awareness, they should clearly define the «4 Ps» of their campaigns before they launch: product, price, place, and promotion.

References

1. Проект «Норвегія – Україна», <https://ifsa.kiev.ua/proekt-ukraina-%E2%80%93-norvegiya/> Accessed 17April 2023.
2. What is Social Marketing? (With 7 Stellar Examples), <https://www.business2community.com/digital-marketing/what-is-social-marketing-with-7-stellar-examples-02236451>. Accessed 17April 2023.
3. Tomlins R., Malynka O. Gamifying social value measurement for entrepreneurship : Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції за міжнародною участю «Дистанційна освіта в Україні: інноваційні, нормативно-правові, педагогічні аспекти». 12 травня 2021 р., м. Київ. – С. 59 – 63.

UDC 339.1:330.342.146:330.34.014-026.23

SUSTAINABLE DEVELOPMENT MARKETING IN SOCIAL ENTERPRISES ACTIVITY

ANNA VERBYTSKA

Chernihiv Polytechnic National University, Ukraine

Leading sustainability researcher and practitioners state that green and socially responsible approaches are beneficial for businesses both using traditional and social measures. Businesses as key role players in the global society have a wider social responsibility to the communities they operate within to their suppliers in their supply networks or chains. This trend has given rise to a renewed focus on Corporate Social Responsibility (CSR) alongside eco-efficiency, as a means of addressing the sustainability agenda. Marketing professionals play a critical role in the sustainability discourse, both at macro and micro levels. As a pivotal interface between production and consumption, marketing holds a key strategic position with a significant influence over the construction of a company's product market portfolio and communication efforts. At a micro level, marketing often serves a vital role at both the initial and final stages of product/service development. Consequently, marketing practitioners require proper training, information and tools to facilitate their consideration of corporate social responsibility and sustainability issues in their decision-making processes.

The activity of a social enterprise as a subject of social economy is aimed at achieving social impact. Social entrepreneurs bring goods and services to the market, promote social innovations, and use their profit partially or completely to achieve social goals [1]. Social enterprise could be seen as “sustainability radars” to pick up new issues as they emerge, as well as monitoring existing areas of sensitivity.

The development of marketing is greatly influenced by factors such as, the development of IT technologies, the obligations of enterprises to meet the requirements of society, which require the formation and observance of ecological and social standards, as well as changes that occur in the consciousness and desires of consumers [2].

The increasing demand for sustainable practices has spurred the development of sustainable marketing. This expansion of the marketing concept has been driven by a variety of factors, including changed consumer awareness about sustainability, the growing demand for sustainable products, the potential for gaining a competitive edge in the expanding sustainable market, and governmental regulations promoting sustainability. Sustainable marketing is primarily concerned with the sustainable market, which encompasses a growing number of companies, products, and services, as well as consumers who are increasingly aware of and concerned about sustainability issues. Unlike traditional marketing, which focuses primarily on economic benefits for the company, sustainable marketing takes into account the long-term environmental, social, and economic impacts of business activities. By adopting a sustainable marketing approach, companies are able to better align their business practices with the values and expectations of consumers who are increasingly concerned about sustainability. This can lead to improved brand reputation and customer loyalty, as well as increased profitability in the long term [3]. Therefore, sustainable marketing is initial for social enterprises' development as an important step forward in terms of creating a more sustainable community and equitable society.

Achieving sustainable development is challenging and time-consuming, market entities have the potential to create a sustainable marketing plan through four key approaches. These approaches include modifying products and services, encouraging

responsible consumption, improving the marketing mix, and reconfiguring the marketing function. To enhance business-marketing strategies, it is recommended that marketers repurpose the marketing mix by utilizing techniques such as repackaging, relabeling, reformulating, and repositioning. Repositioning products as environmentally friendly provides an opportunity to gain recognition and support from conscious consumers, while also providing higher visibility in the media. By genuinely caring about the environment and implementing sustainable practices, companies can build a loyal customer base and enhance their brand reputation [4].

It is imperative for social enterprises to devise a well-defined position on sustainability issues, as it enables to get the loyalty of potential customers, employees, investors, and other stakeholders. In order to achieve higher levels of integrated sustainability performance, pro-active social enterprises should undertake recommended steps. Such steps include the development and publication of a sustainability policy, completion of appropriate environmental and social audits, establishment of objectives, and preparation of an action program. Additionally, board level responsibility must be established and adequate resources must be allocated. Education and training are essential components, as is monitoring the evolution of the business sustainability agenda. To facilitate progress, social enterprises should develop sustainability performance metrics, integrate environmental and social information systems into management information, and control systems.

Marketing plays a critical role in addressing sustainability concerns within social enterprises, and its specific functions may vary depending on various factors such as field, corporate culture, size, and marketing style. Marketers may lead the shift towards sustainable products, services, and strategies in markets where customer demand for environmentally friendly options is high. At a corporate level, the marketing plan should analyze the impact of sustainability issues on social enterprises activities and include market research. Social entrepreneurs should consider whether they can modify existing products, services, or processes to incorporate sustainability considerations or innovations are necessary.

The implementation of sustainable marketing strategies requires consideration of the entire value chain, including the environmental and social impacts of sourcing, production, use, and disposal of products and services. This approach can lead to more long-term, sustainable competitive advantages while also addressing the environmental and social concerns of stakeholders. Achieving sustainable marketing demands a conscious, transparent, and tailored approach to environmental and social issues that considers all direct and indirect stakeholders.

References

1. Verbytska, A. (2022). Prerequisites for the development of democratic governance in the field of social entrepreneurship. *Economy and Society*, (43). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-31>.
2. Krykavskiy, V.S. & Savina, N.B. (2019). Implementation of Marketing 3.0 into the Business Strategy for Sustainable Development of Construction Industry Enterprises (In Ukrainin). *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University: Series International Economic Relations and World Economy*. Uzhhorod: Helvetyka, (26), 104-109.

3. Jovic, M. & Novcic Korac, B. (2016). Marketing and Sustainable Development. *XV International Symposium SYMORG*.

4. Sheth, J. N., & Parvatiyar, A. (2021). Sustainable Marketing: Market-Driving, Not Market-Driven. *Journal of Macromarketing*, 41(1), 150–165. <https://doi.org/10.1177/0276146720961836>.

УДК 658.8:339.13.07 (043.5)

ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙ БРЕНДУ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

АЛЬОНА ТАНАСІЙЧУК

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, Україна

В умовах цифрової економіки, коли споживачі стають все більш досвідченими в користуванні різними діджитал- інструментами та мають технічні можливості їх застосування в повсякденному житті, інформаційний вплив посилюється, всі медіа фрагментуються, а ряд носів реклами перестали працювати.

Для того, щоб мотивувати споживача ухвалити рішення про купівлю товарів чи послуг, комунікації бренду в цифровому середовищі мають створювати обізнаність споживача про товар, враховувати етапи розвитку бренду, бренд-стратегію підприємства, а бренд-менеджер повинен розробляти медіа-план цифрової рекламної кампанії підприємства, формувати відповідні комунікаційні повідомлення, здійснювати активацію бренду в e-commerce, створювати відео-контент для соціальних мереж.

Використання всіх можливих форм цифрових каналів для просування бренду, залучення передових цифрових можливостей дозволяє охопити максимум цільових споживачів і налагодити ефективність взаємодії з ними, що і забезпечує високу результативність даного підходу. Більшість науковців вважають, що головним завданням цифрового бренд-менеджменту є забезпечення максимальної присутності бізнесу у мережі.

Існує велика кількість інструментів бренд-менеджменту, які дозволяють підвищувати конкурентоспроможність бренду шляхом представлення переваг підприємства чи його товару над конкурентами на ринку в мережі Інтернет. Розглядаючи процес управління брендами в цифровому середовищі, важливо розуміти, що брендинг – це комплексна маркетингова технологія, яка враховує цілі бренд-менеджменту на різних етапах формування й існування бренду. Тому охоплення цільових споживачів і налагодження з ними взаємодії є важливим кроком у розробці комунікацій бренду та потребує розробки послідовності дій, за допомогою яких вітчизняні підприємства матимуть можливість швидко реагувати на зміни в цифровому середовищі.

Враховуючи результати наукових та науково-практичних досліджень, автором розроблено етапи формування комунікацій бренду,

яких потрібно дотримуватися на різних стадіях життєвого циклу бренду в цифровому середовищі (рис.1).

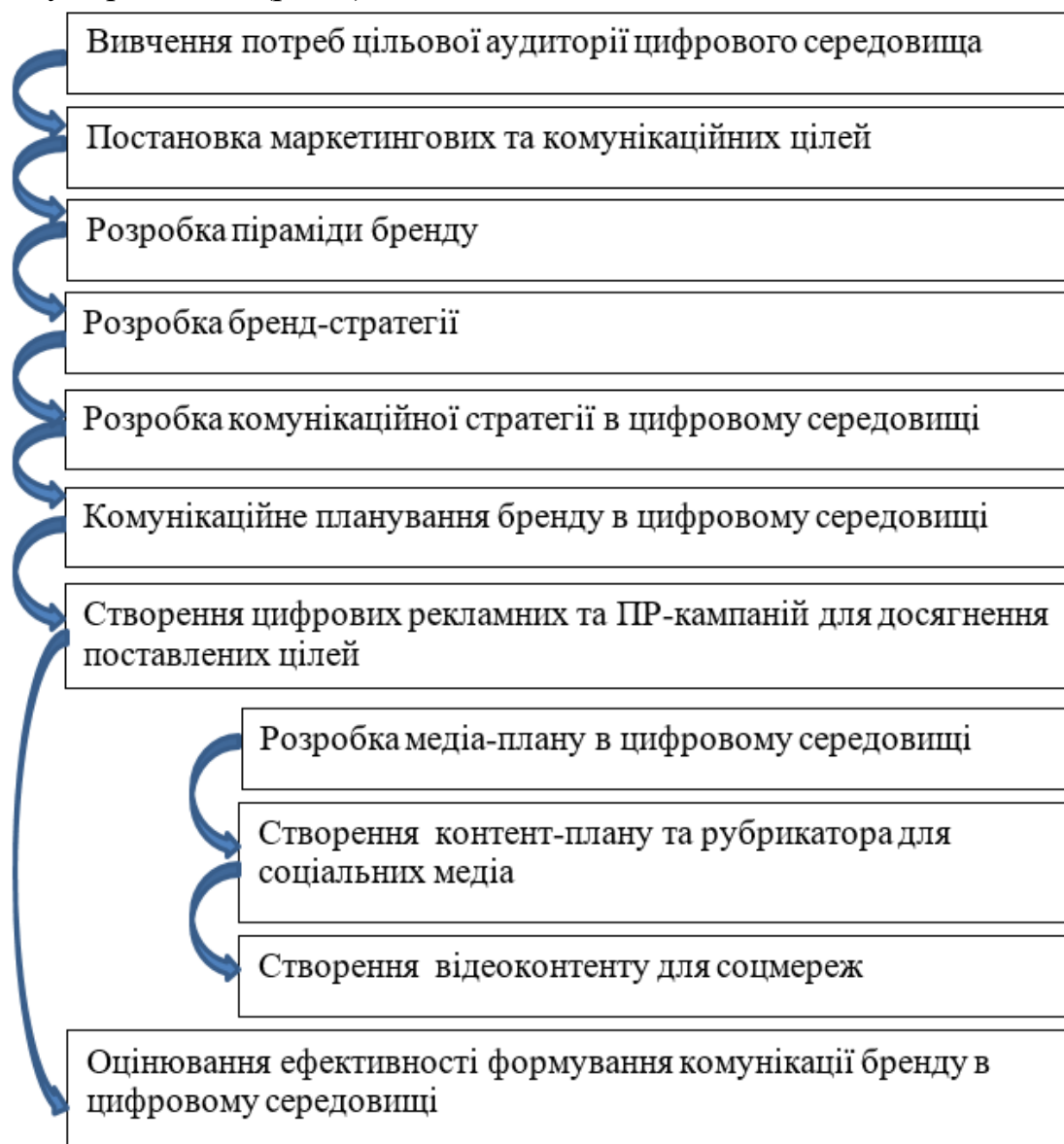


Рисунок 1. Етапи формування комунікацій бренду в цифровому середовищі

Комунікаційна стратегія бренду включає набір маркетингових інструментів та медіа-планів, які формують матрицю комунікацій бренду відповідно до різних типів бізнес-діяльності та різних галузей господарювання.

В рамках ідеальної матриці комунікації бренду всі канали повинні підпорядковуватися принципам інтеграції, оскільки існує пряма залежність між кількістю каналів сприйняття, які активізують бренд, і цінністю продукту та принципами цифрового середовища, оскільки важливо вчасно трансформувати матрицю бренд-комунікацій під вимоги цифрової реальності.

Комунікаційна стратегія бренду потрібна підприємству для планування та бюджетування всіх маркетингових комунікацій, а особливо для оцінювання ефективності сформованої матриці комунікацій бренду, визначення дій в конкретних каналах комунікацій.

Отже, при веденні бізнесу в цифровому середовищі при розробці комунікацій бренду важливо систематично вивчати потреби цільової аудиторії, розробляти піраміду потреб, які може задовольнити бренд підприємства, розставляти акценти на бажаних цифрових показниках та визначати капітал бренду в цифровому середовищі. Також важливо з числа розроблених бренд-стратегій підприємства значну увагу приділяти реалізації комунікаційної стратегії в цифровому середовищі, розробляти цифрові рекламні кампанії для досягнення поставлених цілей, постійно працювати за сформованим медіа-планом, слідкувати за актуальністю створених контент-плану, рубрикатора, відеоконтенту для соціальних медіа.

Список використаних джерел

1. Романенко Є. О. Теоретико-методологічна ідентифікація поняття комунікації у контексті сучасних дослідницьких підходів. Ефективність державного управління. 2012. Вип. 32. С. 108-115. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efdu_2012_32_14

2. Танасійчук А.М. Методи оцінювання ефективності Інтернет-комунікацій підприємств. Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України: зб. наук. пр. ІХ Міжнар. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 14-16 вересн. 2021 р. Вінниця, 2021. Ч. 3. 320с. с. 147-159.

3. Tanasiichuk, A., Kovalchuk, S., Sokoliuk, K., Sokoliuk, S., Liubokhynets, L., & Sirenko, S. (2022). Innovative Methods of Assessing the Efficiency of Internet Communications of Enterprises. European Journal of Sustainable Development, 11(2), 15. <https://doi.org/10.14207/ejsd.2022.v11n2p15>

УДК316.77:659.3:502.131.1

РОЛЬ МЕДІА У ФОРМУВАННІ СВІДОМОГО СПОЖИВАЧА ТА ПІДВИЩЕННІ ЕКОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ

ОЛЕКСАНДР ШЕВЧУК

Навчально-реабілітаційний заклад вищої освіти «Кам'янець-Подільський державний інститут», Україна

За останні десятиліття зростання екологічної свідомості та відповідальності стало основою сталих змін у нашому суспільстві. І хоча існує безліч способів вплинути на екологічну свідомість, роль медіа є важливою і необхідною. Медіа, у свою чергу, несуть велику відповідальність перед суспільством, оскільки вони мають великий вплив на формування свідомості та ставлення людей до екології. У цьому контексті важливо досліджувати роль медіа у формуванні свідомого споживача та підвищенні екологічної культури. Дослідження в цій області принесуть нові знання та розуміння, які стануть основою для створення ефективних стратегій та підходів для розвитку екологічної свідомості та змін у поведінці споживачів.

Поняття "свідомий споживач" відображає рівень усвідомлення особою наслідків своїх виборів під час покупок товарів та послуг. Свідомий споживач

приділяє увагу не тільки власним потребам, але й впливу своїх дій на соціальні, економічні та екологічні процеси.

"Екологічна культура" є системою знань, умінь та цінностей, які включають у себе свідоме сприйняття та повагу до природного середовища, орієнтацію на енергоефективні технології, збереження природних ресурсів та біорізноманіття. Екологічна культура є важливим елементом сталого розвитку, оскільки підвищує обізнаність людей про вплив їхніх дій на навколишнє середовище та сприяє зменшенню негативних екологічних наслідків [4].

Теоретичні основи цих понять пов'язані з концепціями сталого розвитку та соціальної відповідальності бізнесу. Сталість розвитку вимагає врахування економічних, соціальних та екологічних аспектів прийняття рішень, в той час як соціальна відповідальність бізнесу передбачає забезпечення позитивного впливу на суспільство та довкілля [1].

У сучасному світі медіа відіграють важливу роль у формуванні свідомого споживача та підвищенні екологічної культури. Завдяки доступності інформації та поширенню новин у різних медіаформатах (телебачення, інтернет, преса, радіо) медіа стають найважливішим інструментом формування свідомого споживача та підвищення екологічної культури.

Медіа здатні впливати на споживачів шляхом надання інформації про екологічні проблеми, поширення новин про сталий розвиток та екологічні ініціативи, проведення екологічних кампаній, аналізування відносини людей до навколишнього середовища тощо. Медіа також допомагають виявити та відштовхнути негативні тенденції в економіці, які призводять до екологічної катастрофи [2].

Підвищення екологічної культури здійснюється шляхом просвітницької роботи медіа, яка полягає в тому, що вони розповідають людям про екологічні проблеми та можливості підвищення екологічної культури. На прикладі реалій, представлених у засобах масової інформації, споживач бачить, які виробники та продукти є екологічно-дружніми, як правильно вибирати та використовувати товари та послуги, які позитивно впливають на довкілля тощо [3].

Медіа використовують різноманітні методи та стратегії для досягнення мети формування свідомого споживача та підвищення екологічної культури. Деякі з них можуть включати:

- Публікація новин та статей про екологію.
- Візуалізація даних та інформації.
- Організація кампаній та акцій.
- Проведення дискусій та інтерв'ю.
- Створення відео- та аудіоматеріалів.
- Соціальні медіа.

Отже, можна зробити висновок, що медіа відіграють важливу роль у формуванні свідомого споживача та підвищенні екологічної культури в сучасному світі. Медіа використовують різні методи та стратегії, такі як інформування, едукація, реклама, соціальні мережі, відео- та аудіоматеріали, щоб звернути увагу громадськості на екологічні проблеми та сприяти їх вирішенню.

Крім того, медіа впливають на поведінку споживачів, надаючи їм інформацію про екологічно чисті товари та послуги, що зменшує від'ємний вплив на довкілля.

Але необхідно зазначити, що роль медіа у формуванні свідомого споживача та підвищенні екологічної культури є лише одним із факторів, що впливають на ці процеси. Для досягнення максимального ефекту, необхідно використовувати інтегрований підхід, в якому беруть участь не тільки медіа, а й освітні та наукові установи, бізнес, держава та громадські організації. Такий підхід дозволить забезпечити більш ефективну реалізацію заходів щодо формування свідомого споживача та підвищення екологічної культури, що забезпечить сталий розвиток нашого суспільства.

Список використаних джерел:

1. Boykoff, M. Mass media and climate change: A critical review. Oxford Research Encyclopedia of Climate Science. 2017. Vol. 1. P. 1-27.
2. Загребельна Г.В. Роль ЗМІ у формуванні екологічної свідомості населення. Наукові праці Харківського національного університету радіоелектроніки. Серія: Проблеми телебачення і радіомовлення. 2013. Вип. 38. С. 16-25.
3. Кондратенко О.В. Медіа-освіта як інструмент формування екологічної культури. Медіаосвіта в контексті гуманітарного знання: теорія та практика : зб. наук. пр. Київ : Видавець Поляни, 2018. С. 95-102.
4. Савельєва І.І., Маковська Н.В. Вплив медіа на формування екологічної культури. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Серія : Педагогічні науки. 2014. Вип. 72. С. 114-118.

УДК 338.924

ЦИФРОВІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГУ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЕЛЕМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЛЮДМИЛА ШОСТАК

Волинський національний університет імені Лесі Українки, Україна

Категорія «маркетинг сталого розвитку» для вітчизняної практики є категорією новою та не особливо дослідженою. В основному ми спираємось на праці західних вчених, оскільки для них це вже практично філософія, а для нас – нове, недосліджене і не впроваджене.

Сталий маркетинг у вітчизняній економіці, на нашу думку, можливий при наявності конкурентоспроможної економіки та використанні ефективних маркетингових інструментів управління, як на національному, так і місцевому рівнях. Звичайно, останній рік для української економіки дійсно є досить важким і вести мову про її конкурентоспроможність, інструменти впливу чи інші економічні категорії досить проблематично, оскільки військові дії повністю переорієнтували окремі галузі та регіони. Проте, навіть за таких складних умов розвиток бізнес-структур не припиняється.

Впровадження нових технологій відбувається швидше, ніж впровадження будь-яких інших інноваційних розробок: усього за два десятиліття цифровими технологіями охоплено близько 50% населення країн, що розвиваються, і перетворено з їх допомогою суспільства. Використання технологій, що сприяють розширенню комунікаційних можливостей і доступу до фінансових, комерційних і державних послуг, може привести до значного зниження рівня нерівності населення. Водночас час ті, хто ще не охоплений такими технологіями, не мають можливості користуватися благами цифрового століття та відстають у розвитку від інших [2].

Цифрові інновації можуть прискорювати розвиток усіх сфер бізнесу, а не лише маркетингових. Цифровізація економіки, суспільства, бізнес-процесів тощо є одним з основних способів ефективного функціонування в умовах сучасних світових тенденцій.

Що дає впровадження цифрових інновацій:

- поступове зняття психологічних бар'єрів у споживачів до всього нового та цифровізованого;
- цифровізація дозволяє збільшити віртуально ємність будь-якого ринку;
- для цифровізації маркетингу практично немає потреби у розширенні фінансової, інформаційної, продуктової чи організаційної інфраструктур;
- сприяє прискоренню процесів реалізації, зворотнього зв'язку, дослідженню потреб та нових вимог суспільства до продукту, тим самим підвищуючи його конкурентоспроможність та бізнесу в цілому.

Створення сучасного цифрового простору та відповідної інфраструктури є вигідним для всіх: і громадян, і бізнесу, і зовнішніх інвесторів. Згідно із пріоритетним сценарієм цифровізації країни першочерговим завданням є усунення законодавчих, інституційних, фіскально-податкових та інших бар'єрів, що заважають розвитку цифрової економіки [3].

Важливою сферою, в якій необхідне використання маркетингу цифрових інновацій, є інтернет-маркетинг території, що заснований на таких принципах, дотичних до цілей сталого розвитку [4]:

- орієнтація на перспективи сталого розвитку території;
- демократичність інформаційної взаємодії внаслідок того, що Інтернет надає кожному учаснику мережі вільний доступ до інформації про територію та її ресурси, можливість висловлюватися по відповідних до питань і поширювати інформацію для широкого кола користувачів;
- доцільність вирішення в цифровій формі тих завдань, пов'язаних з сталими розвитком регіону, які краще вирішувати саме так з позиції співвідношення витрат та можливого ефекту.

Однозначно, що цифровізація маркетингу саме в умовах сталого розвитку принесе досить багато позитивних ефектів як для самого регіону, так і для бізнес-середовища і зокрема конкретних підприємств.

Відповідно не викликає сумніву твердження, що чим вищий рівень потенціалу цифровізації бізнес-середовища тим вищий рівень розвитку суспільства, національної, продуктивного управління бізнесом, соціальної сфери тощо. Причому цифровізація бізнес-середовища є ще й питанням національної

безпеки держави, фінансово-економічної безпеки бізнесу, конкуренції вітчизняного бізнесу та місце на міжнародному ринку. Успішний розвиток цифровізації необхідний для швидкого подолання державою «цифрового розриву» та стимулювання розвитку економіки в цілому [5].

Однозначно, що для впровадження інноваційного цифрового маркетингу необхідно насамперед створити якісне цифрове національне середовище, яке б забезпечило і розвиток підприємств, і захист інформації, і доступність до необхідної інформації тощо.

Ми вважаємо, що саме за цифровим маркетингом буде майбутнє, оскільки саме його продуктивний розвиток дозволить ефективно співпрацювати усім складовим вітчизняної економіки.

Список використаних джерел

1. Маркетингові дослідження сталого розвитку в умовах глобальних викликів : монографія / за заг. ред. проф. М. М. Новікової; [Новікова М. М., Боровик М. В., Бурмака Т. М. та ін.]; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : Видавництво «Точка», 2018. – 240 с.

2. Наслідки використання цифрових технологій ООН. URL: <https://www.un.org/un75/impactdigitaltechnologies>

3. Соколова Г. Б. Деякі аспекти розвитку цифрової економіки в Україні. Економічний вісник Донбасу. 2018. № 1. С. 92–96. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvd_2018_1_17

4. В. А. Омеляненко, О. М. Омеляненко, Н. О. Артюхова. Маркетинг цифрових інновацій у контексті сталого розвитку регіону. Економіка і держава. №4. 2021. Ст. 72-77.

5. Л. Шостак, І. Більо, Є. Микитюк Потенціал цифровізації вітчизняного бізнес-середовища. Економічний аналіз. 2021 рік. Том 31. № 1.ст. 245-251.

УДК 658 : 339.138

ВПЛИВ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ НА РОЗВИТОК БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ

ТЕТЯНА КЛИМЕНКО

*Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут», Україна*

Відновлення роботи бізнесу та досягнення високих фінансових показників – головне завдання українських компаній, які працюють під час війни. Сьогодні актуальним є питання про те, як запускати бізнес-проекти в воєнних умовах, адаптуватися під нові реалії часу, а також шукати мотивацію та натхнення для нових ідей. І тут, безумовно, не обійтися без спеціалістів з маркетингу, які допоможуть підприємцям створити класний продукт в Україні, діяти та працювати у перспективі часу, виходити на інші ринки, розглядати шляхи експорту товарів, знаходити й приділяти час цьому питанню, ознайомлюватися з правилами експортування, заглиблюватися у деталі. Тому кожній бізнес-структурі

слід почати з досліджень, порівняння вартості товару та попиту на ринках, пошуку дефіциту. Також слід відстежувати стан ринку в країнах, де товари або послуги, що надаються, будуть конкурентними. Питання вибору ринку залежить від бізнесмена та продукту. Водночас держава теж стимулює український бізнес розширювати кордони. З початку війни вийшло багато освітніх проєктів, вебінарів, де команда Міністерства цифрової трансформації України навчає підприємців продавати товари за кордоном. Головне завдання – знайти свого клієнта та з ним працювати, враховуючи якість та крафтовість продукту, що цінується у світі [1].

Багато маркетингових команд вже зіткнулися з жорсткими показниками ефективності, оптимізацією бюджетів, і змушені знаходити баланс між творчими поривами й каналами просування зі стабільно позитивними коефіцієнтами повернення маркетингових інвестицій. Близько 40% опитаних українських маркетологів вказують, що для ефективного відновлення роботи та виходу на довоєнний рівень продажів важливо сконцентрувати зусилля на залученні нових клієнтів [2]. Що ж до маркетингових планів, то в довоєнний час вони, зазвичай, склалися на один рік. Сьогодні лише 15% опитаних планують стратегію, як і раніше на рік, 45% опитаних маркетологів розробляють план на квартал, 30% – на місяць та 10% планують на пів року. Короткострокове планування допомагає бізнесу оперативно підлаштовуватися під зміни ринку та за необхідності перерозподіляти бюджет на пріоритетні напрямки. Згідно з опитуванням 44,2% маркетологів включають у свою стратегію рекламу в Google, 27,9% – використовують таргетовану рекламу у Facebook, 9,3% – SEO-просування; 18,6% – додають до своєї стратегії інші канали (SMM, офлайн-канали, email-маркетинг, прайс-агрегатори). При розробленні стратегії запуску рекламних кампаній маркетологи обов'язково враховують поточну ситуацію в країні, актуалізують її залежно від змін [2] та адаптують до воєнного стану.

Пандемія Covid-19 підготувала більшість фірм до дистанційної роботи та до роботи в нестандартних умовах. Тому багато з них з перших днів після вторгнення РФ в Україну відразу ж перейшли на сервіси без обмежень із загальними доступами, файлами, корпоративним чатом для швидкого розв'язання питань, перевезли бізнес у безпечні регіони, діджиталізувалися в рамках мобільного додатку, максимально спростили процеси для клієнтів. Якщо говорити про функціонування бізнесу, продажі та комерційну складову, то найкраще нині працює діджитал-реклама різного формату, тому що люди споживають інформацію саме в телефоні. Зараз мобільні програми становлять половину обсягу бізнесу e-commerce. Головна умова – мобільний додаток має бути зручним, проте за всіх очевидних плюсів клієнтам завжди необхідно пояснювати переваги програми. Для багатьох фірм ще важливішим став SMM. Соцмережі стали основним медійним каналом спілкування з людьми. YouTube, який виконує більш іміджеву роль, відійшов на другий план. Також спочатку війни було припинено email-розсилку та рекламу. Згодом компанії почали поповнювати рекламні кабінети, щоб поживити бізнес у діджитал-полі. Проводились внутрішні дослідження щодо переміщення клієнтів. Виходячи з цього вирішувалися питання комунікації та послуг перевізників [3].

Спілкуючись з аудиторією під час війни, обов'язково необхідно говорити про свій бізнес: що компанія може запропонувати споживачам і які потреби може задовольнити, як фірма допомагає своїм постійним клієнтам, країні, які вона має цінності. Ці фактори зараз важливі для аудиторії, яка стоїть перед вибором брендів. Також дуже важливою є колаборація з різними агентствами, ефективні креативні ідеї, пов'язані з продажем своєї продукції, і в результаті передача грошей на допомогу ЗСУ. Головне донести до споживача, що фірма в країні, яка живе його інтересами, поділяє виклики разом із ним та працює заради перемоги, як і весь героїчний народ України [3].

Отже, із початком повномасштабного вторгнення головна мета маркетологів, рекламних кампаній тощо – це конверсії. Продажі дозволяють у повному обсязі відновити роботу, зберегти бізнес та робочі місця. Креативи та текст оголошень у месенджерах необхідно постійно актуалізувати та включати до них патріотичний посил. Рухатися у напрямі розвитку бізнесу краще тактичними процесами і планувати маркетингову стратегію на короткий період із подальшою актуалізацією чи фокусуватися на стратегії, яка раніше довела свою ефективність [2].

Список використаних джерел

1. Сомова О. Маркетинг з вірою в Україну, листопад, 2022. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/marketing-s-veroj-v-ukrainu-intervyu-s-seo-webpromo-yuriem-korishinskim/>.
2. Ліфіренко К. Як змінилися цілі українського бізнесу в умовах війни, серпень, 2022. URL: <https://webpromoeexperts.net/ua/blog/yak-zminilisya-cili-ukrayinskogo-biznesu-v-umovah-viyuni/>.
3. Воєнний маркетинг. Погляд на комунікацію та плани на майбутнє бренду, грудень, 2022. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/voennyj-marketing-intertop-vzglyad-na-kommunikacziyu-i-plany-na-budushhee-brenda-ot-smo-marii-samplavskoj/>.

УДК 338.26

МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩ НА РІВЕНЬ ПРИБУТКОВОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ

ВІКТОРІЯ ШКРОМИДА, АНГЕЛІНА УЖВА, НАДІЯ ДАЛЯК

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
Україна*

Формування дохідності вітчизняного бізнесу під впливом певних факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ є складовою визначення прибутковості бізнесу, а прибуток є показником успішності здійснення підприємницької діяльності та стійкості бізнесу до змін.

Проведемо аналіз основних факторів впливу зовнішнього та внутрішнього середовищ на рівень прибутковості вітчизняного бізнесу.

– Споживчий ринок. «Споживчий ринок є одним із ключових факторів

формування дохідності власного бізнесу підприємця. Обмеженість попиту та наявність проблем із збутом продукції зумовлює зниження приросту доходів і навпаки» [1, с. 216]. Ефективність приватної справи також напряму залежить і від якості побудови бізнесових зв'язків із постачальниками, підрядниками тощо.

– Конкуренція. Наприклад, впровадження конкурентами на ринок новинок чи продуктів вищої якості вимагає від підприємця збільшення витрат на рекламу і удосконалення власного продукту, що потенційно окупиться.

– Залучені кредитні ресурси. Підприємці користуються довго- та короткостроковими кредитами банків, а також популярним є фінансовий лізинг.

– Інвестиційна активність - вкладення коштів, в застосування нових технологій, автоматизацію внутрішніх взаємодій і облікових процесів, тощо.

– Політичне становище конкретної країни. Мається на увазі, що «...цінності споживачів підприємця-виробника у країні, де він проживає, не завжди відповідають цінностям закордонних споживачів» [1, с. 216].

– Географічне розмежування. Активна підприємницька діяльність, висока конкуренція та порівняно стабільний рівень дохідності спостерігається у найбільш розвинених регіонах: на західних, східних і приморських областях та у м. Києві, де є великий сировинний потенціал для відкриття власної справи. У регіонах з нижчим рівнем розвитку здебільшого процвітає сфера надання послуг, проте є більше вільних ніш на ринку і можливостей швидко розвивати бізнес.

– Ступінь участі власника в управлінні діяльністю. Підприємець може здійснювати пряме управління діяльністю, або ж він є виключно власником бізнесу (опосередковане управління), а управління здійснює «довірена» особа.

– Наявність якісного бізнес-аналізу та прогнозування економічних показників. Це дозволять ефективно приймати управлінські рішення та будувати стратегії управління бізнесом як в цілому так і за напрямками діяльності.

– Інформаційне забезпечення та рівень автоматизації виробничих, збутових, адміністративних та облікових процесів. В умовах євроінтеграції для успішного ведення бізнесу, мінімізації витрат часу на зайве документування процесів, для якісного обліку і аналізу інформації, а також для швидкої комунікації між учасниками бізнес-процесів необхідно використовувати актуальне якісне програмне забезпечення.

– Підбір персоналу. Мається на увазі, що доцільніше співпрацювати з мінімальною кількістю «дорожчих» висококваліфікованих співробітників, які швидко та якісно виконують завдання і цілі бізнесу, ніж з перевантаженим штатом низькокваліфікованих кадрів та «горою» невирішених питань.

– Продуктивність праці персоналу. На макро- та мікрорівнях внутрішні чинники впливу на продуктивність праці пропонується об'єднувати у три групи: матеріально-технічні (автоматизація робочих місць, інноваційність робочого обладнання тощо), організаційно-економічні (ефективність взаємодії підрозділів служб та окремих працівників, можливість гнучкої організації та планування праці тощо), соціально-психологічні (підвищення кваліфікації кадрів, наявність ефективних систем і методів мотивації праці, тощо) [2, 151-154]

– Забезпечення бізнесу технічною та ресурсною базою. Зокрема, наявність інноваційного обладнання, рівень зношення основних засобів, капітальні

інвестиції, забезпеченість комплектуючими, запасами і продукцією, планування ресурсів тощо. Адже «інтенсивна глобальна конкуренція та технологічний розвиток зробили інновації джерелом конкурентних переваг» [3, с. 86].

– Структура валюти балансу та доходів і витрат. Зокрема, аналізується стан і динаміка необоротних та оборотних активів, капіталу та зобов'язань за фактом позитивних та негативних тенденцій.

– Зміна загальних показників економіки - наприклад, ВВП, інфляція, коливання курсів валют тощо.

– Податкова система країни. «Приватні підприємці сьогодні не в змозі встигати за постійними змінами у податковому законодавстві, яке у повному обсязі не враховує всі нюанси їх діяльності, а іноді є суперечливим. Існує безліч «чорних дірок», через які вмілі бізнесмени зменшують свої зобов'язання перед державою...» [1, с. 216].

– Тіньові доходи, основними джерелами яких є: неформальна зайнятість, незаконне відшкодування ПДВ, часткове відображення фінансових операцій у бухгалтерському обліку, заниження економічних показників, незаконне використання податкових пільг та знижок тощо.

– Державне регулювання діяльності підприємців. Наприклад встановлення цінових обмежень на товари та послуги.

– Корупція державних органів. У неофіційній практиці присутні ситуації, коли на певному етапі діяльності підприємець для того, щоб утриматися «на плаву», змушений частину грошових ресурсів залишити у «кишені» чиновників.

– Визначальну роль у дохідності відіграє психологічна готовність підприємця до ведення підприємницької діяльності. Аналізуючи мотиваційний аспект щодо ведення підприємницької діяльності домогосподарствами можна сказати, що основною метою відкриття власної справи є забезпечення високого рівня життя для себе та родини.

Вважаємо, що фактори впливу зовнішнього та внутрішнього середовищ можуть: бути ревалентними або неревалентними, що на пряму впливає на можливість бізнесу спрогнозувати чи мінімізувати їх дію; характеризуватися як постійне, тимчасове чи разове явище; у підсумку призвести до катастрофічних, локальних чи мінімалістичних наслідків для суб'єкта господарювання.

Список використаних джерел

1. Перит І. О. Аналіз динаміки та факторів впливу на доходи домогосподарств від підприємницької діяльності в умовах сучасної економіки. Сталій розвиток економіки. №1(30). 2016. С. 214–221.

2. Брич В. Я., Дяків О. П., Надвиничний С. А., Островерхов В. М., Слівінська Н. М., Прохоровська С. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч.-метод. посіб., за заг. ред. проф. Качана Є. П. Тернопіль: ДТЕУ, 2006. 273 с.

3. Брич В. Я., Снігур Х. А. Роль інновацій у підвищенні конкурентоспроможності підприємства: гносеологічні позиції. Вісник прикарпатського університету. Вип. 7. 2017. С. 82-87.

СЕКЦІЯ 6. СТАЛІЙ РОЗВИТОК ЕНЕРГЕТИКИ

UBC 622.323.665.685

ENERGY SECURITY AND RENEWABLE ENERGY

HAJAR GAFAR ISMAYILOVA

Azerbaijan State Oil and Industry University, Azerbaijan

Global electricity demand has been increasing for decades due to population growth, increased industrialization, and rising incomes. The consumption of fossil fuels causes serious damage to the global and regional environment due to the emission of harmful greenhouse gases. Thus, alternative and renewable energy will become the most important energy resource in the future.

Due to rapid industrialization and human influence, the environment is becoming more and more polluted. Sustainable development mainly covers the use of renewable energy, energy security, energy prices, energy policy, renewable energy applications and smart grid technologies.

According to the classification of the International Energy Agency (IEA), alternative and renewable energy sources are divided into five groups: 1. Wind energy 2. Solar energy 3. Bioenergy 4. Geothermal energy 5. Hydropower [1].

Azerbaijan is one of the countries with high potential for renewable energy sources. Thus, the potential of economically viable and technically usable renewable energy sources of our country is 27,000 MW, including 3,000 MW of wind energy, 23,000 MW of solar energy, 380 MW of bioenergy potential, and 520 MW of mountain river potential. is evaluated.

The total power generation capacity of Azerbaijan is 7542.2 MW, the capacity of renewable energy power plants, including large hydropower plants, is 1304.5 MW, which is 17.3% of the total capacity. During 2021, the production of electricity in the republic amounted to 27.8 billion kWh. Electricity produced by renewable energy sources made up approximately 5.8% of the total production [2].

The positive results of reforms related to alternative energy in the country are given in Table 1. As can be seen from the table, there has been an increase in alternative energy capacity for total renewable energy, hydropower and wind energy. Table 2 shows the share of renewable energy in electricity production in Azerbaijan [3].

Table 1.

Total capacity of alternative energy in the world and Azerbaijan (MW)

	Years		
	2020	2021	2022
Total renewable energy			
World	2813159	3077238	3371793
Azerbaijan	1296	1316	1339
Hydropower			
World	1334078	1362718	1392598
Azerbaijan	1149	1157	1177
Wind energy			

World	731656	824171	898824
Azerbaijan	66	66	66
Solar energy			
World	720429	861537	1053115
Azerbaijan	35	48	51
Bioenergy			
World	133236	141302	148912
Azerbaijan	45	45	45

Source: IRENA International Renewable Energy Agency

Table 2.

Share of renewable energy in electricity production (%)

	Years		
	2020	2021	2022
World	36,6	38,3	40,2
Azerbaijan	17	16,5	16

Source: IRENA International Renewable Energy Agency

For the sustainable development of any country, renewable energy sources must be provided due to the depletion of fossil fuels levels, rising fossil fuels prices worldwide and reducing environmental impacts. The main types of renewable energy sources with great potential to meet future energy challenges are solar, wind, hydro and biomass.

The strategic goals for renewable energies are mainly to increase energy competitiveness, ensure supply and protect the environment. In order to organize the energy structure and improve the security of energy supply, renewable energy sources are also chosen to replace natural fuels. Implementation of the right policy is essential for the development of renewable energy.

A few key elements of policies can be as follows:

- Ensure lower market prices
- Provide locally produced parts or additional incentive sales tariffs for renewable energy power plants
- Prioritizing renewable energy when connecting to the grid

Long-term energy security is related to «timely investment in energy supply in line with economic development and environmental needs.» Short-term energy security means «the ability of the energy system to quickly respond to sudden changes in the balance of supply and demand.»

Countries have different energy security goals depending on their role in the energy market:

- 1) producing/exporting countries aim to ensure reliable demand for their goods;
- 2) consuming countries usually aim for diversity of energy supply to minimize their dependence and maximize their security;
- 3) transit countries try to best fulfill the role of a bridge connecting producers/exporters with their markets.
- 4) Security of supply is important for consumer and transit countries;
- 5) security of demand is probably as important as security of supply for producing/exporting countries [4-5].

Fossil fuels still account for the largest share of energy consumption and continue to grow worldwide. In this case, environmental pollution is kind of inevitable. In the future, the main energy sources will be converted to new and renewable energies. Considering that the depletion of fossil fuels is inevitable, renewable sources should become more important. They are effective in many areas such as sustainable cost reduction, job creation, development of future industries and meeting energy and environmental targets. Solar and wind energy can meet local energy needs and help improve environmental protection.

In the long term, if investments in renewable technologies continue, they will have the potential to make significant contributions to renewable energy needs.

By ensuring a balanced resource diversification of countries for alternative energy resources, the share of local and renewable energy resources can be maximized. Targets must be achieved in time to support, develop and encourage new environmentally friendly practices and services, as many countries target in their current strategic plans.

References

1. Iea.org
2. <https://minenergy.gov.az/az/alternativ-ve-berpa-olunan-enerji/azerbaycanda-berpa-olunan-enerji-menbelerinden-istifade>
3. <https://www.irena.org/Publications/2023/Mar/Renewable-capacity-statistics-2023>
4. Luft G, Korin A. Energy security: In the eyes of the beholder. USA: Praeger Security International; 2009.
5. Johansson B. A broadened typology on energy and security. Energy. 2013

УДК 631:620.92

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЕНЕРГЕТИЧНИХ КУЛЬТУР У КОНТЕКСТІ ЗМІЦНЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ТА КЛІМАТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ

ОЛЕНА БОРИСЯК, ЄВГЕН ОСТАПІВСЬКИЙ

Західноукраїнський національний університет, Україна

В умовах російської воєнної агресії проти України активізувалось питання диверсифікації відновлюваних джерел енергії, а також організаційно-технічне забезпечення їхньої інтеграції у ланцюг енергопостачання. Одним із відновлюваних джерел отримання енергії розглядається переробка біомаси [1-3]. Зокрема, у контексті зміцнення енергетичної та кліматичної безпеки виокремлюємо енергетичні культури як різновид біомаси, що, водночас, є відновлюваним ресурсом для виробництва «зеленої» енергії та біопалива, а також поглиначем вуглекислого газу.

У контексті інтеграції засад циркулярної економіки в енергетику і пом'якшення зміни клімату, біопаливо у залежності від джерела походження біомаси поділяють на такі групи [4, с. 4-11]:

– біопаливо рослинного походження – біопаливо, виготовлене з сільськогосподарських продуктів, включаючи цукрову тростину, пшеницю, кукурудзу та сою;

– біопаливо другого покоління – біопаливо, для виробництва якого джерелом біомаси є деревина, органічні відходи, харчові відходи, енергетичні агрокультури (енергетична верба, тополя, міскантус, павлонія);

– біопаливо третього покоління – біопаливо, вироблене з сільськогосподарських культур, спеціально призначених для біопалива таких як морські водорості та ін.[4, с. 4-11].

Енергетичні культури, що використовуються для виробництва відновлюваної енергії поділяються на такі групи: деревовидні (наприклад, енергетична тополя, енергетична верба, павлонія), трав'яні (наприклад, міскантус, сорго, просо лозоподібне «світчграс») [5]. При формуванні ланцюга постачання біомаси особливе значення має застосування диверсифікаційного підходу до вибору енергетичних культур, що зумовлено різними кліматичними, ґрунтовими умовами їхнього вирощування. Зважаючи на це, цінним є аспект розбудови міжгалузевої взаємодії між сільськогосподарськими підприємствами та «зеленими» енергетичними підприємствами шляхом створення кліматичних енергетичних кластерів [6].

Наприклад, «надмірність вологи, а також не придатні та мало придатні ґрунти розглядаються як перевага для вирощування енергетичної верби та енергетичної тополі, зокрема вимогами до ґрунтів є такі: рівень ґрунтових вод 0,5 – 1,5м; низовини, плоскі та рівні ділянки; добре дреновані; супіщані та суглинисті ґрунти; вміст гумусу (не менше 1% у верхньому шарі 0,2м); для верби – ґрунти слабо кислої та нейтральної реакції ґрунтового розчину (рН 4,6-6,0); для тополі – ґрунти нейтральної та слаболужної реакції ґрунтового розчину (рН 5,5-7,0)»[5].

Таким чином, обмеженість доступу до природних викопних енергетичних ресурсів, а також необхідність попередження, адаптації та пом'якшення зміни клімату зумовлюють активізацію заходів з низьковуглецевої агро-енергетичної взаємодії для зміцнення енергетичної та кліматичної безпеки. На цьому шляху особливе значення має диверсифікація використання та переробки агробіоресурсу (зокрема, енергетичних культур) для виробництва «зеленої» енергії на засадах замкненого циклу використання ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Гументик М. Я., Бондар В. С. Економічна й енергетична ефективність вирощування біоенергетичних культур на біопаливо. *Біоенергетика*. 2018. № 1. С. 16-19. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Bioen_2018_1_5

2. Брич В., Галиш Н., Борисяк О. Стратегія управління підприємством з виробництва біопалива : монографія. Тернопіль : ВПЦ«ЕкономічнадумкаТНЕУ», 2020. 224 с.

3. Halysh N., Borysiak O., Brych V., Korol V., Vakun O., Zaboranna L. Technical and Economic Analysis of Implementation of Standards for Solid Fuels. *Lecture Notes in Networks and Systems*. 2021. Vol. 194. P. 931-942.

4. Roadmap to 2050 : The Land-Water-Energy Nexus of Biofuels. URL: <https://roadmap2050.report>

5. Гнап І. Презентація «Технологія вирощування та культивування біомаси». Практичний семінар «День енергетичного поля» 30 травня 2017 р.

6. Borysiak O., Mucha-Kuś K., Brych V., Kinelski G. Toward the Climate-Neutral Management of Innovation and Energy Security in Smart World: monograph. Berlin, Germany: Logos Verlag Berlin GmbH. 2022. 172 p.

УДК332.142.4

СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОЇ СКЛАДОВОЇ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ

ГАЛИНА ЗЕЛІНСЬКА

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, м. Івано-Франківськ, Україна

У системі сталого розвитку енергетика виступає важливим фактором, що здійснює безпосередній вплив на виробничі відносини, соціальний розвиток суспільства, стан довкілля. Обмеженість енергоресурсів вимагає їх оцінювання як фактора економічної безпеки держави та врахування при формуванні стратегій. Концепція енергобезпеки, як доступність енергоресурсів для промислового та побутового споживання, дістала широкого розголосу у наукових колах. Важливе місце в забезпеченні сталого розвитку країни займає паливно-енергетичний комплекс (ПЕК), значною мірою робота якого залежить від стану нафтогазової галузі загалом, розвитку та стабільності функціонування її складових. Особливо важливу роль у процесі функціонування ПЕК відведено газотранспортній системі України, від надійності експлуатації якої значною мірою залежить рівень енергетичної безпеки та економічного добробуту держави. Тому в умовах політичної та воєнної нестабільності України роль та чутливість до загроз ПЕК зростає. Поряд з іншими компонентами економічної безпеки, енергобезпека складає базис економічних відносин, створюючи умови для виробництва валового внутрішнього продукту (ВВП). Високий рівень залежності від зовнішнього постачання енергоносіїв стимулює розробку нових параметрів Енергетичної стратегії, спрямованих на диверсифікацію та розробку власних родовищ нафти, газу, вугілля, сланцевого газу, а також активізацію виробництва відновлювальних джерел енергії.

Загострення енергетичної кризи та нарощення її масштабу пришвидшують необхідність зміни парадигми суспільного розвитку, переходу до нового технологічного укладу, удосконалення організаційних форм господарювання. Стає все більш актуальною проблема зміни, удосконалення концепції підприємства. Для забезпечення сталого розвитку воно повинно бути конкурентоспроможним як з позицій його структурної організації, так і з позицій здатності адаптуватися до впливів факторів зовнішнього середовища у процесі функціонування. Беззаперечним є той факт, що з метою підвищення ефективності функціонування виробництв, усунення затратних методів господарювання кожне

підприємство повинно реально оцінювати як величину витрат на виробництво, власне кадрове та фінансове становище, так і становище потенційних партнерів. Природні ресурси, демографічний та екологічний стан за своєю кількістю, якістю та вагомістю значно впливають на вирішення завдань забезпечення сталого розвитку, який неможливий без знань, інновацій, нової філософії та етичних засад господарювання, що безпосередньо пов'язано з людським чинником, який виступає рушійною силою будь-якого процесу. Тільки людина здатна вибудовувати систему цілей та розробляти конкретні заходи, спрямовані на подолання проблем у траєкторії досягнення результативних рішень. Тому поряд з економічною складовою, що забезпечує стійкий розвиток підприємства, вагома роль відводиться соціальній його складовій.

Людський та сталий розвиток є взаємозалежними процесами. Людський розвиток забезпечує формування головної рушійної сили для економіки та формування соціокультурних принципів сталості. Основними компонентами як одного, так і іншого розвитку є: економічний – ефективне виробництво на основі сучасних високотехнологічних ресурсозберігаючих технологій відповідно до реальних потреб суспільства; соціальний – розвиток творчого потенціалу людини, збереження різноманіття та взаємного співіснування соціальних і культурних систем; екологічний – забезпечення життєздатності та спроможності до відтворення природної екосистеми, гармонізація економічної, соціальної та екологічної систем, кожна із яких виконує специфічні функції у забезпеченні людського і сталого розвитку.

Накопичення проблем, пов'язаних з формуванням, розвитком, використанням і відтворенням людських ресурсів, зумовило серйозне зацікавлення ними науковців. Зокрема, наукові доробки вчених-економістів знайшли своє вираження у розкритті сутності кадрового та інтелектуального потенціалів, їх ролі в розвитку економіки держави, характеристик і компонентів, шляхів їх якісного формування та ефективного використання в процесі трудової діяльності. Дану проблему активно досліджували Безсмертна В. В. [1], Гринкевич С. С. [2], Куценко В. І. [3], Смоляр Л. Г. [4] та інші. Сьогодні в умовах розвитку постіндустріального суспільства дослідження соціальної складової сталого розвитку підприємства потребує подальшої уваги. Сталий розвиток підприємств передбачає розкриття та використання соціального потенціалу підприємства, який в основному сконцентрований у соціальних факторах його діяльності. Вважаємо, що дослідження соціальної складової сталого розвитку підприємства варто розглядати в контексті таких компонент як управлінська, суспільна та мотиваційна.

Сутність управлінської компоненти полягає у невідповідності організаційної структури стратегічним цілям підприємства. Це виражається через недостатність функціонального розподілу праці; протиріччя між традиційними і новітніми методами управління працею; між фахівцями різних поколінь у сфері стратегії і повсякденної діяльності; проблеми якісного використання робочого часу згідно з кваліфікацією і досвідом працівника тощо.

Сутність суспільної компоненти проявляється у процесах плинності кадрів; недостатності організаційних і соціально-психологічних умов праці;

недосконалості корпоративної культури; необхідності забезпечення умов професійного розвитку; повільному зростанні рівня освіти та професійної підготовки кадрів; відсутності інноваційно-орієнтованої соціальної політики; недостатньому розвитку корпоративної соціальної відповідальності тощо.

Зміст мотиваційної компоненти знаходить своє вираження у сприйнятті працівника як особистості, справедливій оцінці його дій; рівні організації робочих місць; однакових можливостей для професійного зростання працівника; обмеженому залученні працівників до управління, підтримці їх ініціативності; рівні турботи про соціальний розвиток колективу тощо.

Отже, соціальну складову сталого розвитку підприємства можна звести до поняття сталого розвитку персоналу. Переміщення акцентів у бік його сталого розвитку обумовлене потребою в адаптації положень концепції навчання протягом життя до умов діяльності підприємств у сучасних українських реаліях. Концепція передбачає застосування освітніх технологій як інструменту підтримання сталого високого рівня професіоналізму працівників, спонукання їх до конкуренції через високі стандарти підприємства, які висуваються до певної посади, використання інтелектуального потенціалу індивіда для створення потужної технологічної бази з метою отримання інтелектомісткої продукції тощо. Дана концепція передбачає врахування природних даних працівника, рівень його підготовки, здатність до самонавчання та самоорганізації, можливості професійного та кар'єрного зростання тощо. Питання соціальних аспектів сталого розвитку висвітлювалися в доповіді ПРООН «Сталий розвиток і рівність можливостей: краще майбутнє для всіх» (2011 р.), у межах якої визначаються сучасні світові стратегічні тенденції політики сталого розвитку в соціальній сфері – наголошується на нерозривності взаємозв'язку між сталістю й основними питаннями рівності можливостей щодо продуктивної зайнятості, освіти, охорони здоров'я тощо. Деградація довкілля підвищує нерівність через несприятливий вплив на фізичний і духовний стан людей. У свою чергу, нерівність людського розвитку посилює екологічну деградацію, зокрема внаслідок несформованості в суспільстві відповідних моральних і етичних настанов [5].

З огляду на те, що освіту прийнято розглядати як спосіб підвищення професійно-освітнього рівня працівників, вона є елементом розвитку кадрового персоналу. Інвестування в освіту дозволяє капіталізувати її результати як у формі професійних та особистісних компетентностей працівника, так і опосередковано – шляхом випуску якісної продукції – результатів інтелектуальної діяльності. У такій ситуації зростає не тільки рівень оплати праці, але й корисність для підприємства і самого працівника через підвищення рівня професійних, інтелектуальних, комунікативних компетентностей. Їх постійний розвиток, використання, трансфер, мобільність приводять до такого процесу, як капіталомісткість сталого розвитку персоналу підприємства.

З вище викладеного можемо зробити висновок, що саме людський чинник нині відіграє ключову роль у розвитку сучасних соціально-економічних системах. Він забезпечує їх техніко-технологічний розвиток через інноваційно-інвестиційну діяльність, економічний розвиток – через підвищення продуктивності праці, зростанні ВВП. Разом з тим, інтенсифікація криз, зростання політичної та

міжнародної нестабільності, погіршення екологічної ситуації в державі обумовлює необхідність не тільки пошуку шляхів адаптації кадрового потенціалу підприємств ПЕК в сучасних умовах, але і його активізації, щоб забезпечити як процес їх функціонування, так і сталий розвиток економіки в цілому.

Список використаних джерел

1. Безсмертна В.В. Стратегія управління кадровим потенціалом підприємства / В.В. Безсмертна // Економіка и управление: Научно-практический журнал. – 2007. – № 3. – С. 48 – 53.

2. Гринкевич С.С. Формування трудового потенціалу: проблеми та напрями забезпечення його розвитку / С.С. Гринкевич, Х.М. Ворошилова // Економіка, планування і управління в лісовиробничому комплексі: Наук. вісник. – 2006. – Вип. 16.3. – С. 168–173.

3. Куценко В.І. Соціальна сфера: реальність і контури майбутнього (питання теорії і практики): [Монографія] / В.І. Куценко. – Ніжин: ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2008. – 818 с.

4. Смоляр Л. Г. Дослідження тенденцій розвитку кадрового потенціалу на промислових підприємствах України / Л.М. Смоляр // Економіка і держава -2008 - №5 С. 96-99.

5. Національна парадигма сталого розвитку України / за заг. ред. академіка НАН України, докт. техн. наук, проф., засл. діяча науки і техніки України Б. Є. Патона – К.: Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України», 2012. – 72 с.

УДК 338.001.36

ПОРУШЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ НАФТОГАЗОВИХ ПІДПРИЄМСТВ КРІЗЬ ПРИЗМУ БІФУРКАЦІЇ

ЛІЛІАНА ГОРАЛЬ, АНДРІЙ КОРНІЄНКО, МАРТА ШКВАРИЛЮК

Івано-Франківський національний технічний університет нафти й газу, Україна

Наявність дестабілізуючих чинників в економіці України в останні роки (пандемія Covid-19, широкомасштабна війна, руйнування промислових підприємств, ріст інфляції тощо) та постійно зростаючий рівень ризику впливають безпосередньо і на нафтогазовий сектор, призводячи до коливань у видобуванні вуглеводнів, зміни обсягів їх транспортування та зберігання. Автори [1] звертають увагу і на кон'юнктурні впливи із урахуванням ступеня розповсюдження філософії маркетингу, впровадження міжнародної системи управління якістю, рівень і якість транспортних послуг при хаотичній структурі нафторозподільного ринку, нерівномірності співвідношення попиту на нафтопродукти та пропозиції власного виробництва. Та на ендогенні чинники, такі як техніко-технологічні, інноваційні, інформаційні, екологічні тощо.

В таких умовах менеджменту галузі та окремих підприємств доводиться оцінювати ступінь ризиків та управляти ними з метою зниження. При цьому

орієнтування здійснюється на результат функціонування нафтогазових підприємств – їх стійкість.

Економічна стійкість – це комплексне поняття, що пов'язане зі здатністю зберігати цілісність та рівновагу в умовах негативних та позитивних впливів різноманітних внутрішніх і зовнішніх факторів завдяки ефективному використанню ресурсів підприємства [1].

О.А. Матушевська розглядає економічну стійкість підприємства як якісну характеристику господарюючого суб'єкта, що визначає спроможність системи реагувати через механізми адаптації, опору й уникнення негативних факторів впливу внутрішнього та зовнішнього середовища з метою збереження збалансованого процесу функціонування. Нею визначено характеристику економічної стійкості в сучасних умовах господарювання як стан рівноваги підприємства; здатність адаптуватися до змін умов господарювання; до змін зовнішнього середовища зі збереженням своїх функцій; здатність системи (об'єкта), виведеного з рівноважного стану, самостійно повертатися в цей стан; зберігати свою цілісність й одержувати прибуток[2].

Попри те в економічній літературі немає єдиного визначення поняття «економічна стійкість соціально-економічної системи» мікрорівня. Відповідно відсутній механізм реагування на порушення стійкості шляхом впливу біфуркаційних чинників. Як стверджував М. Cell-Mann: «Біфуркація є джерелом інновацій і диверсифікацій, саме завдяки їй у системі з'являються нові рішення» [3]

В табл. 1 нами здійснено основну класифікацію економічної стійкості підприємств із виокремленням її характеристик.

Таблиця 1

Економічна стійкість підприємства та її характеристики

<i>Види економічної стійкості</i>	
статична	стан стаціонарної стійкості: підприємство в рівновазі, відсутня динаміка інноваційного розвитку
динамічна	показники діяльності підприємства перебувають у динамічній зміні: елементи системи господарювання та їх співвідношення змінюються відповідно до цілей сталого розвитку.
сталого економічного зростання	економічна система перебуває в динамічній рівновазі при її ефективному інноваційному розвитку
<i>Характеристики економічної стійкості</i>	
Внутрішня стійкість підприємства	визначає загальний фінансовий стан, трудовий потенціал, натуральна й грошова структура виробництва, така їхня динаміка, коли забезпечуються стабільно високі економічні результати функціонування підприємства: такий стан матеріально-речовинної і вартісної структури виробництва та реалізації продукції і така її динаміка, які забезпечують стабільно високий результат функціонування підприємства. В основу досягнення внутрішньої стійкості покладається принцип активного реагування на зміну внутрішніх і зовнішніх чинників.
Зовнішня стійкість	визначає стабільність економічного середовища, у межах якого здійснюється підприємницька діяльність: досягається завдяки відповідній системі управління економікою у масштабах всієї країни.
Успадкована	визначає наявність певного запасу міцності, що захищає підприємство

стійкість	від несприятливих дестабілізуючих виробничих умов та несподіваних змін зовнішніх чинників.
Загальна стійкість	передбачає його здатність до управління внутрішніми чинниками та пристосування до зовнішніх чинників діяльності завдяки чому підтримується оптимальні умови ефективного господарювання

Джерело: доповнено автором [4]

Отже, вважаємо, що економічна стійкість – це здатність соціально-економічної системи зберегти під впливом збурюючих факторів зовнішнього і внутрішнього середовища рівноважний статистичний та динамічний збалансований стан усіх підсистем у процесі функціонування.

З позиції ентропії підприємству притаманні такі характеристики, які суттєво впливають на стан та характер управління підприємством [5]:

- 1) система є динамічною, стохастичною;
- 2) використовуючи певний алгоритм управління, керуюча структура подає на входи керованої підсистеми відповідні керівні сигнали; при цьому будь-який управлінський акт передбачає вибір кращого керуючого впливу, так як метою управління є можливість вибору оптимального режиму функціонування об'єкта управління;
- 3) керована система видає вихідні сигнали у вигляді готової продукції, інновацій, екологічного забруднення, економічного або соціального ефекту;
- 4) поведінка системи в будь-який момент часу ймовірнісним чином визначається вихідними сигналами, її внутрішніми попередніми станами і в цей момент часу; в свою чергу, зміна вихідних сигналів імовірнісним чином викликається зміною вхідних сигналів, а також внутрішніх станів системи, що відносяться до цього моменту часу і пройшли точку біфуркації;
- 5) рух системи відбувається за деякою траєкторією, кінцева точка якої називається метою управління.

Отже, управління з урахування впливу біфуркації є необхідним елементом функціонування системи.

Зважаючи на те, що розвиток економічної системи відбувається у двох формах (еволюційної та революційної), при тому що в еволюційній фазі економічні інститути різних рівнів, зв'язки між ними і функціонування, як економічних суб'єктів, так і національної економіки в цілому змінюється незначно і плавно, а поступове коливання (флуктуації) економічних параметрів посилюються, настає момент, коли скільки завгодно мала зміна параметрів приводить до стрибкоподібного переходу економіки в якісно інший стан. Так настає точка біфуркації – момент галуження варіантів економічного розвитку, революційна фаза [6]. Точку траєкторії, із якої починається розгалуження шляхів розвитку, в синергетиці визначають як біфуркацію. Існування точок біфуркаційного розгалуження обумовлює два типи руху: коливання навколо стану рівноваги, заданого аттрактором, або невинне наближення до точки біфуркації за рахунок накопичення флуктуацій [7].

Сьогодні показало, що біфуркацією в нафтогазовому секторі економіки стала відмова України та країн Європейського Союзу від російського природного газу. І в майбутньому вбачається ще одна точка біфуркації – відмова від

російської нафти. Зважаючи на таку ситуацію, управління компаніями та підприємствами здійснюється за ситуаційно-синергійним підходом, про що ми говоритимемо в наступних публікаціях.

Список використаних джерел

1. Гавриленко М. М., Гораль Л. Т., Берлоус М. В. Трансформація економічних систем під впливом цифровізації. *Бізнес Інформ*. 2019. №12. С. 261–267.

<https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-12-261-267>

2. Савченко М.В., Солоненко Ю.В. Управління ризиками на підприємствах сімейного бізнесу // *Економіка і організація управління*, 2019. № 2 (34) DOI 10.31558/2307-2318.2019.2.3

3. Матушевська О. А. Аналіз економічної стійкості підприємств промисловості: методичні підходи та шляхи вдосконалення / О. А. Матушевська // *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки.* - 2013. - № 1. - С. 144-149. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhdtu_econ_2013_1_32.

4. Cell-Mann . *The Quark and the Jaguar. Advantures in the Simple and the Complex* / М Cell-Mann. – London, 1995.

5. С. М. Ткаченко Сутність економічної стійкості підприємств та її складові // *Ефективна економіка* № 5, 2011 // Ресурс: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1350>

6. Ю.В. Буднікова, Дослідження сутності поняття «точка біфуркації» в економіці // <https://economic-vistnic.stu.cn.ua/index.pl?task=arcl&l=ru&j=9&id=10>

7. Черняк О. І., Захарченко П. В., Клебанова Т. С. *Теорія хаосу в економіці* : підруч. Бердянськ : Видавець: Ткачук О. В., 2014. 244 с

УДК 504

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЗМІНИ КЛІМАТУ ТА ПІДХОДИ ДО ЇХ ВИРІШЕННЯ

ОЛЕКСАНДР АНТОНОВ

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна

Зміна клімату є найбільш серйозною кризою нашого часу, і вона відбувається ще швидше, ніж ми припускали. Проте перед цією глобальною загрозою ми аж ніяк не безсилі. Як зазначив Генеральний секретар Антоніу Гутерріш: «Надзвичайна ситуація, пов'язана із зміною клімату, — це перегони, в яких ми програємо, але з яких ми ще можемо вийти переможцями»[1].

Жоден куточок земної кулі не застрахований від руйнівних наслідків зміни клімату. Підвищення температури є безпосередньою причиною деградації довкілля, стихійних лих, екстремальних погодних явищ, відсутності продовольчої безпеки та безпеки водних ресурсів, економічних потрясінь, конфліктів та

тероризму. Підвищується рівень моря, тануть арктичні льодовики, гинуть коралові рифи, відбувається закислення океану та вирують лісові пожежі. Очевидно, потрібний кардинально новий підхід. Оскільки наслідки збитків, які завдаються внаслідок зміни клімату, стають практично незворотними, настав час для рішучих колективних дій.

Хоча технології сприяють зміні клімату, нові та ефективні технології можуть допомогти нам скоротити обсяг чистих викидів та створити більш «зелену» планету. Сьогодні понад 70 відсотків викидів вже можна скоротити завдяки готовим до використання технологічним розробкам [1]. У багатьох місцях відновлювані джерела енергії нині є найдешевшою альтернативою, і електромобілі готові стати домінуючим транспортом.

Саме кліматичні технології ми використовуємо для вирішення проблеми зміни клімату.

Кліматичні технології допомагають нам скоротити викиди парникових газів, і включають відновлювані джерела енергії, такі як енергія вітру, сонячна енергія і гідроенергетика також вони усувають наслідки глобального потепління.

Додатки кліматичних технологій можна розділити на три широкі групи, які не залежать від сектора, та виконують наступні функції:

- безпосередньо зменшувати чи усувати викиди;
- допомогти нам адаптуватися до наслідків зміни клімату;
- покращити наше розуміння клімату.

Однією з основних стратегій щодо запобігання забрудненню є поступове зниження, зменшення або заборона на певні хімічні речовини або класи хімічних речовин. (Можливо також обмеження на їх використання). Ці технології знайшли своє відображення у законах чи указах національних урядів, рідше у міжнародних чи міжнаціональних договорах та угодах.

Друга стратегія полягає у скороченні шкідливих викидів у навколишнє середовище. Це, звісно, станеться у разі, якщо скоротиться використання токсичних речовин. Приклад використання даної методики - програма зниження використання токсичних речовин (TUR) у Північній Америці та застосування програми "технологій чистого виробництва" в Європі.

На відміну від заборон та поступового скорочення (заходи, що застосовуються на всіх підприємствах, що належать до шкідливого виробництва), програми зниження шкідливих викидів функціонують тільки на певних виробництвах.

Існує чимало способів адаптації до того, що відбувається, і до того, що трапиться.

Враховуючи масштаби зміни клімату і той факт, що воно торкнеться багатьох сфер життя, діяльність з адаптації також має бути більш масштабною. Наша економіка та суспільство загалом мають стати більш стійкими до впливу клімату. Це вимагатиме широкомасштабних зусиль, багато з яких здійснюватимуться під керівництвом урядів.

Дуже актуальні зараз технології використання водню, тому що це горючий газ, який можна отримати, витягаючи його з води, метану або органічних матеріалів

На відміну від викопного газу, водень не виробляє CO₂ або інші парникові гази при спалюванні або використанні у водневому паливному елементі. Хоча в даний час він використовується як хімічна сировина в промисловості (наприклад, для виробництва добрив), його використання може бути розширено, щоб сприяти знеуглерожуванню додаткових секторів. Це може бути джерело тепла у промислових процесах чи будинках, чи транспортне паливо [2].

Можливість зберігання електроенергії набуває все більшого значення в енергосистемі розвинених країн, оскільки вона стає більш гнучкою, а також для більш широкого використання [3]. Електромобілі стають все більш популярними зі збільшенням діапазону акумуляторів і скорочення часу зарядки [4]. Також зростає інтерес до використання акумуляторів у приватній інфраструктурі. «Розумні» будинки та підприємства можуть використовувати батареї для зберігання електроенергії (наприклад, від сонячних панелей на даху) та зміщувати час споживання електроенергії від пікових годин.

Окремо я хотів би приділити увагу технології Уловлювання, використання та зберігання вуглецю (CCUS), науковими дослідженнями промислового використання якої я зараз займаюсь.

Вона відноситься до набору технологій, які можуть відігравати різноманітну роль у досягненні глобальних цілей у галузі енергетики та клімату. CCUS включає уловлювання CO₂ з великих точкових джерел, таких як електростанції або промислові підприємства, що використовують як паливо викопне паливо або біомасу. CO₂ також можна вловлювати безпосередньо з атмосфери.

Якщо CO₂, що уловлюється, не використовується на місці, його стискають і транспортують трубопроводом, морським, залізничним або автомобільним транспортом для використання в різних цілях або закачують у глибокі геологічні формації (включаючи виснажені нафтові та газові резервуари або засолені водоносні горизонти), який може вловлювати CO₂ для постійного зберігання [5]. У сценарії «Нульові чисті викиди до 2050 року» переважна частина уловленого CO₂ зберігається

Існує безліч можливих комбінацій підходів до запобігання найгіршим наслідкам глобального потепління. Цілком ймовірно, що технології відіграють свою роль, але вони також, ймовірно, стануть частиною ширшого підходу, що включає рішення, що базуються на природі, і зміни способу життя.

Тим часом природні рішення забезпечують «перепочинок», поки ми займаємося декарбонізацією нашої економіки. Ці рішення дозволяють нам зменшити частину нашого вуглецевого сліду, а також підтримувати життєво важливі екосистемні послуги, біорізноманіття, доступ до прісної води, покращення засобів існування, здорове харчування та продовольчу безпеку. Рішення, засновані на природі, включають покращені методи ведення сільського господарства, відновлення земель, збереження та екологізацію ланцюжків поставок продуктів харчування

Ці перспективні розробки дозволять усім нам зробити стрибок до більш чистого та стійкішого світу. Якщо уряди, ділові та наукові кола,

громадянське суспільство та молодь працюватимуть спільно, ми зможемо створити «зелену» планету, на якій буде менше страждань, більше справедливості і на якій буде відновлено гармонію між людьми та довкіллям.

Список використаних джерел

1. António Guterres, Remarks at 2019 Climate Action Summit, United Nation General Assembly, 23.09 2019
2. Malcolm Graham, Jack Miller. Decarbonising the Gas Network, UK Parliament, 2017
3. Suzanna Hinson, Paul Bolton. Electricity grids, House of Commons Library, 2019
4. Becky Mawhood, Holly Edwards, Iona Stewart, Paul Bolton. Electric vehicles and infrastructure, House of Commons Library, 2023
5. Sara Budinis, Mathilde Fajardy, Carl Greenfield, Rachael Moore, Karan Kochhar, Nasim Pour. Carbon Capture, Utilisation and Storage. Energy. System overview. International Energy Agency, 2022

УДК 338.1

ПЕРЕДУМОВИ ТА НАПРЯМИ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУБ'ЄКТІВ ГАЗОВОГО РИНКУ

ОЛЕГ ДЗЬОБА, МИКОЛА РЕВУЦЬКИЙ

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Сучасний етап світового економічного та соціального розвитку характеризується істотним впливом цифровізації, яка поширюється надзвичайно швидкими темпами і проникає у всі сфери суспільного життя. Цифровізація суспільства супроводжується глобальними змінами соціально-технологічного укладу, технологічних парадигм, моделей управління, суспільних норм. По суті відбувається перехід до нової моделі суспільства, причому надзвичайно швидкими темпами. Очевидним є той факт, що останні десятиліття супроводжуються революційними за своїми масштабами та темпами змінами інформаційних технологій. Інформатизація стає важливим фактором зростання продуктивності праці та підвищення якості життя, а тому зміни, що відбуваються, розглядаються дослідниками як настання нової ери економічного розвитку, який в сучасній літературі характеризується терміном «цифрова, або інформаційна економіка»[1].

Розвиток інформатизації на сучасному етапі тісно пов'язаний із впровадженням цифрових комунікаційних технологій та платформ, основою для яких слугує Інтернет та мобільні пристрої. Сектори економіки, засновані на інформаційних та комунікаційних технологіях, отримали назву «цифрова економіка»[2].

Проникнення та поширення цифрових технологій в окремі галузі та сектори економіки відбувається різними темпами, але вже сьогодні можна констатувати

доволі активне залучення цифрових компонентів та платформ у діяльність компаній, присутніх на газовому ринку, зокрема видобувних, газотранспортних, газорозподільних, сервісних, постачальницьких тощо.

Добрим прикладом реалізації системного підходу до цифровізації бізнесу може слугувати досвід компанії ДТЕК, яка на сьогодні є одним із лідерів вітчизняного енергетичного ринку, що здійснює комплексну цифрову трансформацію, реалізуючи довгострокову програму MODUS. Вона охоплює всі основні виробничі та адміністративні процеси бізнесу, а власне команда MODUS - це менеджери, інженери, програмісти та дизайнери, що вирішують бізнес-завдання за допомогою інноваційних технологічних рішень [3, 4].

Процес цифрової трансформації ДТЕК розділено на три хвилі та структуровано у вигляді 13 модулів з метою трансформувати компанію в цифрове підприємство, де «люди та цифрові технології доброзичливі один до одного та успішно співпрацюють»[3]. Характеризуючи розроблений алгоритм цифрової трансформації компанії ДТЕК зазначимо, що окремі модулі програми стосуються виробничих процесів, процесів управління, процесів постачання, процесів забезпечення персоналом, процесів обслуговування клієнтів, фінансування, інформаційної безпеки тощо, зокрема [3]:

1. ЦИФРОВЕ ЕНЕРГО – проекти для цифровізації видобутку вугілля, генерації, інтегрованого планування та ефективності виробничих операцій;
2. ЦИФРОВЕ РОДОВИЩЕ – проекти з цифрового управління видобутком, цифровізації геологорозвідувальних робіт, буріння та капітального будівництва;
3. ЦИФРОВІ ВДЕ – проекти націлені на застосування кращих світових практик для забезпечення ефективного розвитку відновлюваних джерел енергії;
4. ЦИФРОВІ МЕРЕЖІ – проекти для забезпечення надійності та якісного клієнтського сервісу, виконання ремонтів мереж, оптимізації режиму та конфігурації мережі;
5. ЦИФРОВИЙ HR– проекти для забезпечення бізнесу персоналом, покращення клієнтського сервісу;
6. ЦИФРОВІ ЗАКУПІВЛІ – проекти з аналітики та прогнозу запитів, операційних закупівель, вибору постачальників, управління запасами та складами, для покращення клієнтоорієнтованості;
7. ЦИФРОВИЙ ОФІС – проекти з роботизації рутинних процесів, покращення умов роботи;
8. ЦИФРОВА АНАЛІТИКА – проекти для уніфікації процесів зберігання та опрацювання даних, прийняття рішень на основі даних;
9. ЦИФРОВИЙ КЛІЄНТ – проекти для підвищення комфорту клієнтів, забезпечення простоти використання сервісів компанії, автоматизацію і цифровізацію бізнесу;
10. ЦИФРОВИЙ ТРЕЙДИНГ – проекти для ефективності здійснення операцій на реформованих ринках енергетичних продуктів;
11. ЦИФРОВІ ФІНАНСИ – проекти для автоматизації та цифровізації фінансової функції, підвищення якості обробки масивів даних;

12. ЦИФРОВА ІНФРАСТРУКТУРА – проекти, спрямовані на побудову сучасної, гнучкої, безпечної та стабільної інфраструктури для бізнес-процесів;

13. ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА – проекти для безпеки всіх потоків інформації, її надійного та ефективного захисту.

Набутий в процесі цифровізації досвід компанії ДТЕК, розроблені алгоритми доцільно масштабувати для поширення серед суб'єктів газового ринку.

Список використаних джерел

1. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти. URL:https://razumkov.org.ua/uploads/article/2020_digitalization.pdf (дата звернення: 12.04.2023).

2. Negroponte N. Being Digital. – New York: Knopf, 1995, 256 p.

3. MODUSDIGITAL FUTURE URL: <https://dtek.com/modus/> (дата звернення: 19.04.2023).

4. 6 фактів про цифрову трансформацію ДТЕК URL:<https://dtek.com/media-center/news/6-faktov-o-tsifrovoy-transformatsii-dtek/> (дата звернення: 19.04.2023).

УДК 338.2

ВІДНОВЛЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ДМИТРО ДОЛІШНІЙ¹, УЛЯНА БЕРЕЖНИЦЬКА²

¹ТОВ «Активольт», Україна

²Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Серед національних цілей *сталого розвитку* є такі: 7. «Доступна та чиста енергія» (забезпечення доступу для усіх до недорогих, надійних, відновлюваних та сучасних джерел енергії) та 9. «Індустрія, інновації та інфраструктура» (створення стійкої інфраструктури, сприяння інклюзивній і сталій індустріалізації та інноваціям) [1]. В Україні актуальність сталого розвитку тісно пов'язана із відновленням держави, спричиненим повномасштабним вторгненням росії і зумовленими руйнуваннями, зокрема енергетичної інфраструктури.

В останньому звіті Міжнародного енергетичного агентства (*International Energy Agency – IEA*) зазначено, що глобальна енергетична криза, спричинена росією, викликала тривалі зміни, які можуть прискорити перехід до більш сталої та безпечної енергетичної системи [2].

За попередніми оцінками Київської школи економіки, ПРООН в Україні та Світового банку, збитки енергетичної інфраструктури України внаслідок військових дій станом на 24 лютого 2023 р. складають 8,1 млрд дол. США. В енергетиці сектор виробництва та передачі електроенергії постраждав найбільше – за період з 24 лютого по 31 грудня 2022 року прямі збитки становлять близько 6,5 млрд дол. США, у тому числі 4,1 млрд дол. США у секторі генерації та 2,0 млрд дол. США у секторі передачі електроенергії [3, с. 23; 4, с. 6].

Від початку повномасштабного вторгнення було уражено всі підконтрольні Україні теплові електростанції (оціночні поточні прямі збитки – 2,3 млрд дол. США), усі гідроелектростанції (464 млн дол. США), а також 13 теплоелектроцентралей (279 млн дол. США). Водночас вартість відновлення втрачених потужностей таких електростанцій може суттєво перевищувати оцінку збитків через значний фізичний знос та технологічну застарілість пошкодженого і знищеного обладнання [3].

Також дуже постраждав і сектор відновлюваної енергетики внаслідок свого масового розташування у прибережних Херсонській, Миколаївській та Запорізькій областях, які були окуповані у перші тижні нападу. З початку березня 2022 р. припинило роботу близько 70-80% вітрових станцій, і, відповідно, вітрові електростанції у 2022 р. виробили втричі менше енергії порівняно з аналогічним періодом 2021 року. Генерація сонячних електростанцій знизилася на 40% так як, за розрахунками експертів, пошкоджено близько 50% промислових СЕС, які знаходяться знову ж таки здебільшого на півдні України. За підрахунками, наразі у зоні бойових дій перебувають активи на суму понад 5,5 млрд дол. США і ще майже 4 млрд дол. США інвестицій під знаком питання у сусідніх областях [5].

За даними Секретаріату міжнародної енергетичної хартії (*Energy Charter Secretariat*) 13% потужностей сонячної генерації знаходяться на окупованих територіях, а 8% були пошкоджені або знищені; близько 80% вітрогенерації окуповано і частина пошкоджена через обстріли; 2% біоенергетичних потужностей знаходяться під окупацією, а також відомо про принаймні 4 біогазові заводи, що зазнали руйнувань [6, с.13-15].

Команда Київської школи економіки оцінює прямі збитки виробників електроенергії з ВДЕ (за винятком великих ГЕС та ГАЕС) на рівні 220 млн дол. США. Цей бізнес також зазнає значних непрямих фінансових втрат, оскільки окуповані потужності не виробляють електроенергії вже рік, не приносячи доходів. Крім того, через триваючі бойові дії стало неможливо ввести в експлуатацію нові незавершені об'єкти, в які були вкладені ресурси, зокрема кредитні. За оцінками профільних асоціацій, до кінця 2022 року мали б бути добудовані та введені в експлуатацію вітроелектростанції із сукупною встановленою потужністю близько 800 МВт, які не запустились [3, с. 24].

Відповідно до *Плану відновлення України* [7] започатковано ряд нацпрограм, зокрема «Енергетична незалежність та Зелений Курс», в рамках якої передбачено відбудова пошкоджених енергетичних об'єктів, збільшення ядерної потужності АЕС, будівництво нових енергетичних об'єктів для забезпечення енергонезалежності та сталого розвитку енергетики (будівництво пікових потужностей 1,5–2 ГВт, акумуляторів потужністю 0,7-1 ГВт, будівництво ~15 ГВт електролізних потужностей, будівництво 3,5 ГВт гідроелектростанцій і насосних гідроелектростанцій, будівництво 30 ГВт ВДЕ для виробництва H₂), створення «розумних мереж» (smart grids), локалізація виробництва обладнання для ВДЕ (вітрові вежі, трансформатори, кабелі, електролізери, батареї), відновлення міждержавної комерційної торгівлі з ЄС з поетапним розширенням потужності до 7 ГВт [8].

Вище задекларовані заходи потребують фінансування у розмірах, які, зрозуміло, Україні самій, як державі, та приватному українському бізнесу, як інвестору, на жаль, не забезпечити. Окрім того, сьогодні поєднання сталого розвитку із триваючим збройним конфліктом в Україні та відновленням інфраструктури, зокрема енергетичної, – це виклики, пов'язані із невизначеністю, зростанням ризиків та взаємопов'язаністю економічних, соціальних та безпекових питань. Тому такі історичні приклади як відомий «План Маршалла» демонструють, що лише підхід з урахуванням можливостей світової глобальної економіки дозволить відновити енергетичну інфраструктуру України, забезпечити сталий розвиток, зокрема і енергетики, та забезпечити добробут громадян.

Перша фаза сталого розвитку енергетики України повинна починатися із невідкладних заходів критичного відновлення життєзабезпечення звільнених громад, відновлення і забезпечення функціонування енергетичної інфраструктури.

Наступна фаза сталого розвитку – це перебудова і створення кращих умов життя в Україні, яка має враховувати нові реалії життєдіяльності, та не просто відновити втрачену інфраструктуру, а забезпечити сталий розвиток та створення центрів інтелектуальних та наукомістких продуктів і побудувати абсолютно нову сучасну конкурентну економіку України високої доданої вартості, потенціал якої буде вбудовуватися в економіку ЄС.

Підсумовуючи викладене вище, відновлення енергетичної інфраструктури має стати частиною довгострокової мети України на шляху побудови конкурентної економіки в межах Європейського Союзу. Грантові ресурси, інвестиції та позики від міжнародних фінансових інституцій, держав-партнерів України, кошти, які будуть стягнуті з росії в якості репарацій, від перезапуску національних механізмів з реалізації програм державно-приватного партнерства забезпечать реалізацію національних інфраструктурних енергетичних проєктів. І саме зараз на часі розробити і запровадити на загальнодержавному рівні відповідні механізми залучення фінансування у відновлення, зокрема й енергетичної інфраструктури України.

Список використаних джерел

1. Цілі сталого розвитку в Україні. ООН Україна: веб-сайт. URL: <https://ukraine.un.org/uk/sdgs> (дата звернення: 21.04.2023).
2. World Energy Outlook 2022. International Energy Agency: веб-сайт. URL: <https://www.iea.org/reports/world-energy-outlook-2022> (дата звернення: 20.04.2023).
3. Звіт про прямі збитки інфраструктури від руйнувань внаслідок військової агресії росії проти України за рік від початку повномасштабного вторгнення. *Київська школа економіки*: веб-сайт. URL: https://kse.ua/wp-content/uploads/2023/03/UKR_Feb23_FINAL_Damages-Report-1.pdf (дата звернення: 20.04.2023).
4. The Ukraine Energy Damage Assessment Report. March 2023. *ПРООН в Україні*: веб-сайт. URL: <https://www.undp.org/ukraine/publications/ukraine-energy-damage-assessment> (дата звернення: 20.04.2023).
5. Зелений курс: найперші кроки від експертів для відбудови України. *Українська енергетика*: веб-сайт. URL: <https://ua-energy.org/uk/posts/zelenyi-kurs>

[naipershi-neobkhidni-kroky-vid-ekspertiv-dlia-vidbudovy-ukrainy-10-06-2022](#)(дата звернення: 20.04.2023).

6. Ukrainian energy sector evaluation and damage assessment - VII (as of February 24, 2023). *International Energy Charter*: веб-сайт. URL: https://www.energycharter.org/fileadmin/DocumentsMedia/Occasional/2023_02_27_UA_sectoral_evaluation_and_damage_assessment_Version_VII.pdf (датазвернення: 21.04.2023).

7. Проєкт Плану відновлення України (презентація українською). *Міжнародна Конференція з питань відновлення України (URC 2023)*: веб-сайт. URL: <https://ua.unc-international.com/plan-vidnovlennya-ukrayini>(дата звернення: 20.04.2023).

8. Проєкти та нацпрограми. Енергетична незалежність та Зелений Курс. *Відновлення України*: веб-сайт. URL: <https://recovery.gov.ua/project/program/energy-independence-and-green-deal> (дата звернення: 20.04.2023).

УДК620.98

СТАЛИЙ ЕНЕРГЕТИЧНИЙ РОЗВИТОК: КОНЦЕПЦІЯ ТА ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ **СЕРГІЙ ДРОЗД**

Сумський державний університет, Україна

Сталий енергетичний розвиток – це підхід до енергетичного розвитку, який враховує екологічні, економічні та соціальні наслідки виробництва та споживання енергії. Він спрямований на сприяння та стимулювання ефективного використання джерел енергії, одночасно зменшуючи екологічні та соціальні наслідки, пов'язані з виробництвом та використанням енергії. Це може включати розвиток відновлюваних джерел енергії, таких як сонячна, вітрова, геотермальна, гідроенергія та біомаса, а також підвищення енергоефективності та збереження енергії. Сталий енергетичний розвиток також включає ініціативи, які просувають технології та системи чистої енергії, такі як розумні мережі, накопичувачі енергії та електромобілі в масове використання [1].

Сталий розвиток енергетичної промисловості має важливе значення для довгострокового здоров'я планети та її мешканців. Цього можна досягти шляхом впровадження відновлюваних джерел енергії, підвищення енергоефективності та переходу до низьковуглецевої економіки. Відновлювані джерела енергії, такі як сонячна, вітрова та гідроенергія, можуть забезпечити чисту, надійну та економічно ефективну електроенергію. Підвищення енергоефективності може зменшити викиди та заощадити гроші, використовуючи менше енергії для виробництва тієї ж кількості продукції. Перехід до економіки з низьким вмістом вуглецю вимагає переходу від викопного палива до відновлюваних джерел енергії.

Серед основних напрямків сталого розвитку енергетики можна виділити наступні: Відновлювана енергетика: використання енергії сонця, вітру,

геотермальної та гідроенергетики, біомаси та інших джерел енергії, які не використовуються повністю або взагалі не використовуються на сьогоднішній день. Енергоефективність: застосування технологій, які зменшують витрати енергії, наприклад, енергозберігаючі лампи та прилади, енергоефективні будівлі, електротранспорт тощо. Технології зменшення викидів: застосування технологій, які дозволяють зменшити викиди шкідливих речовин в атмосферу, такі як каталітичні конвертори, сучасні системи очистки відходів тощо. Розвиток нових джерел енергії: пошук та впровадження нових технологій та джерел енергії, наприклад, ядерної енергії, паливних елементів тощо[2].

Сталий розвиток енергетики має важливе значення для забезпечення енергетичної безпеки та збереження довкілля для майбутніх поколінь.

Для досягнення сталого розвитку енергетики, потрібно впроваджувати інноваційні рішення та створювати нові технології, які дозволять забезпечити енергетичні потреби населення, промисловості та інших секторів економіки з мінімальним впливом на довкілля.

Одним з ключових завдань в розвитку сталої енергетики є зменшення використання вуглеводневих палив, які є основним джерелом викидів парникових газів. Для цього потрібно розвивати технології виробництва енергії з відновлюваних джерел та збільшувати їх частку в загальному обсязі виробництва енергії.

Використання транспорту з електромоторами є необхідним кроком у розвитку з метою запобігання забрудненню атмосфери шкідливими речовинами та зменшення залежності від нафтопродуктів.

Розвиток систем енергозбереження та енергоменеджменту – це важливий елемент сталого розвитку енергетики, який проявляє важливий вплив на досягнення зростання ефективності. Це означає впровадження новітніх технологій та методів управління енергетичними процесами з метою зменшення споживання енергії та оптимізації її використання [3].

Одним з невід'ємних напрямів сталого розвитку енергетики виступає розвиток інфраструктури для зберігання та транспортування енергії з відновлюваних джерел, таких як сонячна та вітрова енергія, для забезпечення сталого постачання енергії.

Важливим кроком в побудові енергетичної системи наступного покоління є забезпечення доступу до енергії всьому населенню країни. Для цього потрібно розвивати технології, які дозволять забезпечити доступ до енергії в умовах віддалених та недоступних регіонах, де відсутні мережі електропостачання.

Нарешті, для забезпечення сталого розвитку енергетики необхідно враховувати соціальні, економічні та екологічні наслідки розвитку енергетики.

Ще одним важливим аспектом сталого розвитку енергетики є забезпечення енергетичної безпеки та незалежності країни від імпорту енергоресурсів. Це можна досягти шляхом розвитку власних відновлюваних джерел енергії та диверсифікації джерел енергопостачання, що зменшить залежність від імпорту нафти та газу.

Забезпечення сталого розвитку енергетики потребує впровадження ринкових механізмів та регулювань, які допоможуть забезпечити стабільність та прозорість

у енергетичному секторі, а також задовольняти конкурентоспроможність між різноманітними видами енергосистем [4].

Загалом, сталий розвиток енергетики потребує комплексного підходу, який включає в себе розвиток відновлюваних джерел енергії, енергоефективність, збереження енергії, розвиток інфраструктури та технологій зберігання та транспортування енергії, забезпечення доступу до енергії та врахування соціальних, економічних та екологічних наслідків розвитку енергетики. Це може забезпечити стаке енергетичне майбутнє для нас та майбутніх поколінь. Уряди та підприємства можуть значно покращити ситуацію, інвестуючи в дослідження та впровадження нових енергетичних технологій та зелених рішень.

Список використаних джерел

1. Забезпечити доступ до доступної, надійної, сталої та сучасної енергії. United Nations. 2023. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/energy/>
2. Що таке стійка енергетика і навіщо вона нам потрібна? Routledge. 2022. URL: <https://www.routledge.com/blog/article/what-is-sustainable-energy-and-why-do-we-need-it>
3. Vera, I., & Langlois, L. Energy indicators for sustainable development. Energy. 2007. 32(6), P. 875-882. URL: doi:10.1016/j.energy.2006.08.006
4. Bazmi, A. A., & Zahedi, G. Sustainable energy systems: Role of optimization modeling techniques in power generation and supply - A review. Renewable and Sustainable Energy Reviews. 2011. 15(8), P. 3480-3500. URL: doi:10.1016/j.rser.2011.05.003

УДК 338.1

ФОРМУВАННЯ АДАПТАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ: БЕЗПЕКОВИЙ АСПЕКТ

ОЛЕГ ДЗЬОБА, ДМИТРО ГАСИМОВ

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Енергетична безпека національної економіки була і залишається важливим чинником соціально-економічного розвитку як для країн-експортерів паливно-енергетичних ресурсів, так і для їх імпортерів. Впродовж кількох останніх десятиліть ми мали можливість спостерігати, як відбувається посилення геополітичного впливу окремих країн-експортерів вуглеводневої сировини за рахунок перерозподілу потоків паливно-енергетичних ресурсів у світовому вимірі і як це призводило до зростання напруженості на міжнародній арені. Ці процеси супроводжувалися появою додаткових стимулів економічного розвитку для країн-експортерів та загроз економічній і соціальній стабільності енергодефіцитних країн. Важливими характеристиками цих процесів у сучасному глобалізованому світі є їх швидкоплинність та динамічність, що супроводжуються мультиплікативним ефектом, який несе потенційні загрози дезорганізації та деструкції світового господарства. Останні роки стали яскравим відображенням прагнення та практичних дій одного із важливих гравців на світовому ринку

енергетичних ресурсів – Російської Федерації – використовувати енергетичні ресурси з метою економічного та політичного диктату і шантажу, і, таким чином, впливати на світовий порядок, реалізуючи свої імперські амбіції на міжнародній арені.

Сьогодні енергодефіцитні країни мають в своєму арсеналі певні інструменти та механізми протидії енергетичному диктату, які реалізуються в практичній площині через доктрини національної енергетичної безпеки. Не є тут винятком і Україна, для якої питання енергетичної безпеки є вкрай актуальним і перебуває сьогодні на стадії формування концептуальних теоретико-методологічних засад розроблення ефективного механізму забезпечення енергетичної безпеки національної економіки у повоєнний період.

Діяльність підприємств паливно-енергетичного комплексу України відбувається в умовах динамічних змін зовнішнього середовища, яке характеризується економічною та політичною нестабільністю, мінливістю, волатильністю, а з 2022 року до цих процесів долучились і безпрецедентні за своїми масштабами воєнні дії на території України, що без сумніву негативно впливає на функціонування суб'єктів господарювання, ставлячи їх у багатьох випадках на межу виживання та суттєво позначається на можливостях їх подальшого існування та розвитку. Очевидно, що економічні та політичні події останніх років, а особливо війна 2022-2023 років та дії Російської Федерації, спрямовані на знищення енергетичної інфраструктури України, призвели до розбалансування національного енергетичного ринку і, як наслідок, стали причинами порушень рівноваги внутрішнього середовища підприємств багатьох видів діяльності. Щодо самих підприємств енергетичної сфери, то сьогодні можна констатувати, що порушення рівноваги їх внутрішнього та зовнішнього середовища по різному позначилось на їх стані та результатах діяльності. Причиною цього є суттєві відмінності у їх адаптивності, тобто різний рівень їх адаптаційного потенціалу, який, власне кажучи, і забезпечує здатність підприємств оперативно та адекватно реагувати на зміни зовнішнього середовища та пристосовуватись до них. Вказане актуалізує доцільність проведення досліджень адаптаційного потенціалу підприємств енергетики, уточнення та деталізації його сутнісного наповнення, концептуальних засад його формування та розвитку.

Питання адаптації підприємства до змін конкурентного середовища, оцінювання та використання адаптаційного потенціалу підприємства розглядали у своїх дослідженнях такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як С. Б. Алексєєв, І. Ансофф, Н. В. Білошкурська, О. В. Васюренко, Р. В. Грінченко, В. А. Гросул, С. О. Зубков, А. Д. Іванов, С. М. Ілляшенко, М. О. Кизим, Н. С. Краснокутська, К. В. Кривобок, О. А. Круглова, Л. О. Лігоненко, К. Є. Орлова, А. Н. Тищенко, О. М. Тридід, А. А. Пилипенко, В. Г. Срагович та інші.

Разом з тим подальших досліджень потребують питання деталізації сутності та змістовного наповнення категорії «адаптаційний потенціал підприємства» та окреслення і формалізації концептуальних засад формування та розвитку адаптаційного потенціалу підприємств паливно-енергетичного комплексу у воєнний та повоєнний періоди.

В центрі уваги нашого дослідження було проведення аналізу виникнення та формування поняття «адаптаційний потенціал підприємства», існуючих підходів до трактування його сутності, його значення на різних етапах розвитку суспільних знань та, відповідно, актуалізація для сучасних підприємств України; визначення концептуальних засад формування та розвитку адаптаційного потенціалу підприємств паливно-енергетичного комплексу та оцінка впливу на енергетичну безпеку. Проведений аналіз літературних джерел [1 - 7] дозволив узагальнити та систематизувати підходи до трактування сутності категорії «адаптаційний потенціал підприємства». Зокрема результати морфологічного аналізу, наведеного в роботі [7, с. 21 - 22], дозволили виділити для характеристики адаптаційного потенціалу такі ключові слова як «здатність», «властивість», «можливості», а саме «здатність до ефективного нарощування та розподілу фінансово-інвестиційного потенціалу», «здатність знаходити раціональні співвідношення в обсягах ресурсів, виробництва та продажів», «здатність до нарощування випуску та залучення капіталу в умовах конкуренції», «властивість забезпечення стійкості функціонування в довгостроковій перспективі», «властивість формування конкурентоспроможного ядра промислових виробництв», «можливість оптимального використання наявних ресурсів з метою забезпечення конкурентоспроможності та економічного зростання», «наявні та можливі ресурси, які підприємство використовує або може використати для забезпечення цілей зовнішньоекономічної адаптації до євроінтеграційних процесів за умов раціонального використання його складових».

Частково погоджуючись із думкою авторів [6, с. 30], що формування й управління адаптаційним потенціалом підприємства дозволить швидко та ефективно ліквідувати або компенсувати дію чинників зовнішнього середовища, зазначимо, що самі ці чинники можуть змінюватися різноспрямовано, а отже адаптаційний потенціал повинен забезпечувати можливості підприємства змінюватися, пристосовуватися до нових умов діяльності, що постійно генеруються зовнішнім середовищем і можуть нести як загрози та ризики, так і сприятливі можливості. Окрім того війна, що триває у даний час, засвідчила, що підприємства паливно-енергетичного комплексу потребують розвитку і нарощування їх адаптаційного потенціалу з метою формування здатності протистояти не тільки ринковим викликам, але і бойовим діям, спрямованим на потенційне знищення енергетичної інфраструктури. Ці завдання доцільно буде вирішувати в період повоєнної відбудови та розвитку на інноваційних засадах, формуючи та розвиваючи адаптаційний потенціал підприємств паливно-енергетичного комплексу і, таким чином, сприяючи енергетичній безпеці країни.

Список використаних джерел

1. Білошкурська Н.В. Моделі адаптивної поведінки та їх роль у формуванні економічної безпеки підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 12 (114). С. 101–104.

2. Гросул В.А., Круглова О.А., Рачкован О.Д. Комплексне оцінювання адаптаційного потенціалу в системі адаптивного управління підприємствами торгівлі. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 1. С. 213–222.

3. Кривобок К.В. Управління процесами адаптації промислового підприємства до зовнішнього середовища: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04; Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Харків, 2020. – 291 с.

4. Орлова К.Є. Механізм адаптації підприємств добувної промисловості до зовнішнього середовища: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 ; Нац. техн. ун-т України «Київ. політехн. ін-т». Київ, 2016. 24 с.

5. Ячменьова В.М., Османова З.О. Сутність понять «адаптація» та адаптивність». *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2010. № 684 «Проблеми економіки та управління». С. 346–353.

6. Турило А.М., Богачевська К.В. Теоретико-методичні засади визначення сутності економічної категорії «адаптаційний потенціал підприємства» *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 2 (152). С. 26–32.

7. Адаптаційний потенціал забезпечення стійкого функціонування реального сектора економіки України в умовах глобальної нестабільності: кол. моногр. / за ред. М. О. Кизима ; авт. кол. : М. О. Кизим, В. Є. Хаустова, В. І. Отенко, Н. В. Белікова, О. Ю. Полякова, О. Ю. Іванова, Д. Г. Михайленко, В. О. Шликова, Є. М. Крячко, І. Б. Семигуліна, О. В. Шпілевський, О. М. Леванда, Р. В. Харченко, О. С. Матвейченко. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 176 с.

УДК 620.91:005.412-026.16(043.2)

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГІЇ ТА МОЖЛИВОСТЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

МАРІАННА ЖУМБЕЙ, РОМАН ПОЗНАНСЬКИЙ, ЛІЛІЯ КОПЧАК

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

Модернізація економіки та обґрунтування політики енергоефективності на принципах сталого розвитку має на увазі значні зміни в підході до формування економічної політики держави. ООН визначає сталий розвиток, як розвиток суспільства, яке дозволяє задовольняти потреби нинішніх поколінь, не завдаючи при цьому шкоди можливостям, що залишаються у спадок майбутнім поколінням для задоволення їх власних потреб. Воно включає в себе три взаємопов'язаних основи – економічний розвиток, соціальний розвиток і охорону навколишнього середовища. В рамках парадигми сталого розвитку змінюється підхід до інвестицій і державної політики: наприклад, енергетична політика має значення не тільки для промисловості і навколишнього середовища, а й для громадської охорони здоров'я і рівноправності з точки зору доступу до джерел енергії і зайнятості[2].

Суспільство, яке обтяжене багатьма проблемами, не в змозі повною мірою вирішити проблему екології та сталого енергетичного розвитку, але компанії повинні усвідомлювати, що їх майбутнє виживання, і, перш за все, можливості експорту, залежить від бізнес-операцій, які відповідають світовим екологічним стандартам.

Найбільшу групу країн складають нерозвинені та слаборозвинені країни з дуже низьким рівнем економічного та соціального розвитку. Вони є жертвами історичних подій і недостатньо сильні, щоб успішно впоратися з власними екзистенційними проблемами, не кажучи вже про прийняття відповідних законів і виховання своїх громадян у напрямку екологічної та енергетичної стійкості.

Парадоксально, що ці країни були зразками незайманої природи і багаті на флору і фауну, а також на енергетичні та мінеральні ресурси, де людина жила на, за нашими умовами, низькому рівні розвитку. Сьогодні це країни, чиї ресурси максимально експлуатуються з незначним захистом навколишнього середовища або без нього. Промислові підприємства за так званими брудними технологіями та величезні обсяги відходів вивозяться до країн третього світу [3].

Сталий енергетичний розвиток — це необхідність гармонізації енергетичного розвитку людства відповідно до можливостей — природних енергетичних ресурсів. Незалежно від повноти проблем і різноманітних ситуацій у світі сьогодні та тих, які очікуються в майбутньому, було визначено кілька основних концепцій сталого розвитку, а саме:

- поняття невичерпних енергетичних ресурсів включає збереження як природних, так і набутих загальних природних енергетичних ресурсів;
- концепція невичерпних природних енергетичних ресурсів впливає з попередньої концепції та передбачає, що природні енергетичні ресурси залишаються постійними, розглядаючи в цілому та на душу населення, і їх слід особливо враховувати через постійне зростання населення;
- поняття еластичності, яке пояснює зменшення питомих природних енергетичних багатств, є необхідним і неминучим і виникає як логічний наслідок зростання населення та зростання його потреб.

Концепція сталого енергетичного розвитку, тобто її основний принцип, з якого будуються всі інші принципи, базується на принципі справедливості між поколіннями, який включає задоволення енергетичних потреб нинішніх поколінь без шкоди для здатності задовольняти потреби в електроенергії майбутніх поколінь. Іншими словами, нинішнє покоління має зобов'язання залишити наступному енергетичну ситуацію, яку воно мало.

Основну концепцію сталого енергетичного розвитку можна розробити на основі різних критеріїв, але в цілому її можна підсумувати таким чином:

- принцип збереження наявних невідновлюваних ресурсів, де в залежності від типу, кількості та якості наявних ресурсів, а також потреб і можливостей у конкретних областях розглядається найбільш прийнятний спосіб збереження наявних ресурсів або їх постійне скорочення від інтенсивності їх експлуатації;
- принцип використання відновлюваних енергетичних ресурсів, який певною мірою замінює використання невідновлюваних ресурсів і дозволяє використовувати енергію на територіях, недостатньо багатих традиційними енергоресурсами, або у важкодоступних районах;
- принцип енергоефективності, який передбачає ефективне та економне використання енергії на всіх етапах її існування, від енергії, яка акумулюється в ресурсах шляхом ефективного виробництва, розподілу та споживання, до

просування та підтримки, до виробництва товарів, які споживати менше енергії, ніж такі ж або аналогічні товари;

- принцип справедливості між поколіннями, який включає правило енергоменеджменту в усі плани розвитку енергетики, що дозволить майбутнім поколінням задовольняти власні потреби в енергії;

- принцип гармонізації економічного розвитку та енергоспоживання, який визначає розглянутий вище розвиток, є особливо чутливим принципом, реалізація якого пов'язана з багатьма проблемами, оскільки передбачає необхідність зміни традиційних способів мислення. Фактично економічне зростання розглядалося як єдине мірило прогресу кожної країни, і лише показники економічного зростання були значущими та доступними для визначення ситуації в кожній країні та її позиції в міжнародному співтоваристві.

- необхідність сталого енергетичного розвитку вимагає прийняття нового принципу, згідно з яким необхідно припинити економічне зростання, якщо воно призводить до надмірного виснаження енергетичних та інших ресурсів;

- принцип відшкодування збитків, спричинених надмірним та невідповідним використанням енергетичних ресурсів, який створює можливість того, що всі країни світу та всі суб'єкти господарювання розуміють важливість належного управління енергією та візьмуть на себе зобов'язання, що випливають із цього, і відповідальність, якщо вони цього не зроблять. виконувати ці зобов'язання;

- принцип вимірності впливає з необхідності сталого стратегічного управління, яке можливе лише в тому випадку, якщо під час процесу планування, реалізації та оцінки ми маємо справу виключно з цілями та даними, які строго й точно вимірюються. Довільні та універсальні визначення, плани та цілі не дають правдивої картини та не забезпечують належного застосування доступних інструментів сталого енергоменеджменту;

- принцип просування та освіти, який нав'язує необхідність постійного сприяння сталому розвитку енергетики. Тільки завдяки ґрунтовній освіті, яка починається з раннього дитинства, можна створити умови для тривалого відповідального ставлення до енергії та створення майбутнього без обмежень [1].

Ці базові принципи енергетичної сталості підкреслюють основну структуру, необхідну для планування та реалізації сталого енергоменеджменту, і представляють рамки, в яких може бути реалізовано енергетичний менеджмент. Лише через дотримання основних принципів можна забезпечити енергетичну стабільність і довгострокову енергетичну стабільність.

Список використаних джерел

1. Brizga, J., Mishchuk, Z., and Golubovska-Onisimova, A. (2014), —Sustainable consumption and production management in countries in transition, Journal of cleaner production, no. 63, pp. 45-53.

2. Scheer Hermann. Energy is a driving force for our civilisation [Електроннийресурс] / Scheer Hermann. – Режимдоступу: <http://www.folkecenter.net/gb/overview/political/8481/>.

3. Survey of Sustainable Development: Social and Economic Dimensions / Harris Jonathan M., Timothy A Wise, Kevin P. Gallagher, Neva R. Goodwin eds. – Washington, D.C.: Island Press, 2011. – 448 p.

УДК 338.1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТРЕЙДІНГУ ЕНЕРГОНОСІЇВ В УКРАЇНІ
ОЛЕКСІЙ ЛАСТОВЕЦЬ, МАКСИМ ШАРВАН, АНДРІЙ ХРАБАТИН

Івано-Франківський національний університет нафти і газу, Україна

В сучасний період господарювання підгрунтям для розвитку трейдінгу енергоносіїв в Україні можуть бути різні аспекти, в тому числі широка обізнаність у європейській енергетичній політиці, правовому забезпеченні торгівлі електроенергією, а також вміння працювати з різними торговими платформами та аналітичними інструментами [1, 2]. Також важливим є досвід у торгівлі на енергетичному ринку, вміння відслідковувати та передбачати його динаміку та уміння враховувати ризики. Трейдери енергоносіїв повинні бути досвідченими та постійно розвиватися, щоб забезпечувати ефективну торгівлю електроенергією.

Сучасні енерготрейдери - це професіонали, які здійснюють операції з продажу та покупки електроенергії на енергетичних ринках. Вони аналізують ринок електроенергії, визначають найкращі можливості для торгівлі та виконують спрямовані на заробіток транзакції з електроенергією. Це може включати в себе торгівлю на біржах електроенергії, відстеження цін на електроенергію та управління ризиками у відносинах з енергетикою.

Трейдінг енергоносіїв - це процес продажу та покупки електроенергії між виробниками та потребителями з метою отримання прибутку. Це включає в себе купівлю та продаж електроенергії на електроенергетичних біржах, а також відповідну операцію з електроенергією в реальному часі [3].

Основні особливості трейдінгу енергоносіїв в Україні та інших країнах можуть включати:

1. Регуляторні вимоги: в кожній країні можуть існувати різні регуляторні вимоги, які впливають на ефективність та економіку торгівлі енергетикою.
2. Розмір ринку: розмір ринку енергетики в кожній країні впливає на рівень конкуренції та ефективність торгівлі.
3. Доступність ресурсів: доступність джерел електроенергії, таких як вітряні, водні та нафтові електростанції, впливає на вартість та надійність електроенергії.
4. Технологічний рівень: рівень розвитку технологій для виробництва, перетворення та передачі електроенергії впливає на ефективність та економіку торгівлі

Основні функції трейдінгу енергоносіїв представлені на рис.1.

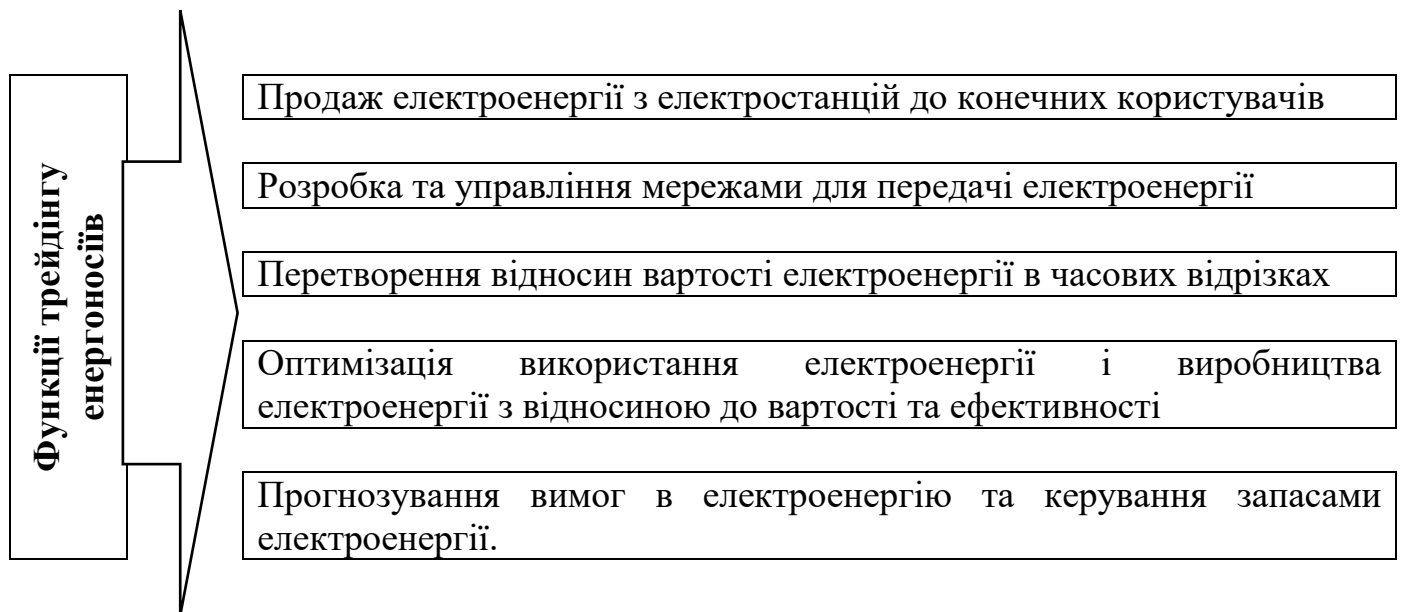


Рисунок 1 **Основні функції трейдінгу енергоносіїв на сучасному етапі господарювання**

Одним з нових напрямків в роботі трейдерів енергоносіїв є розвиток вітчизняної електроенергетики на базі відновлюваних джерел енергії. Це включає в себе використання вітрової, сонячної, водної та біомасивної енергії. Трейдери енергоносіїв повинні враховувати ці зміни у своїй стратегії, адаптуватись до нових умов ринку та використовувати відомості про динаміку розвитку вітчизняної електроенергетики для формулювання інвестиційної стратегії.

Також, росте зацікавленість у цифровій енергетиці, в тому числі в блокчейн-технологіях, іот та програмному забезпеченні для енергетики. Це може включати в себе використання блокчейну для ведення записів про відомості та роботу з децентралізованими фінансовими продуктами, які можуть бути використані для управління енергетичними активами. Це може сприяти створенню більш прозорих та ефективних систем обліку та управління енергетичними ресурсами.

З огляду на сучасний період, трейдери енергоносіїв працюють над дослідженням та розвитком різних відносин між енергетикою та економікою. Одним з нових напрямків є використання відносин між енергетикою та економікою для поліпшення прогнозування ринку енергетики. Також, трейдери відділяють все більше уваги відносинам між енергетичними компаніями, товарами та ринками. Це дозволяє здійснювати більш ефективно планування та торгівлю на ринку енергетики.

Список використаних джерел

1. Економіка та управління в нафтогазовому комплексі України: актуальні проблеми, реалії та перспективи» (Івано-Франківськ, 21-23 вересня 2016 року): Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, ІваноФранківськ, 2016. – 241 с.
2. Shmygol, N., Galtsova, O., Yelisyeyeva, O., Tarlopov, Belozertsev, V. (2021) Priority areas of state regulation of the industry in the context of sustainable

УДК 338.1

ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМНОГО АНАЛІЗУ В РОЗВИТКУ ГАЗОДОБУВНОЇ ГАЛУЗІ

ПЕТРО ГРИНІВ, ІВАН ДУБОВИЦЬКИЙ, ОЛЕНА ОРЛОВА

Івано-Франківський національний університет нафти і газу, Україна

Системний аналіз є важливою складовою управлінських технологій, в тому числі, у газовій індустрії. Він розвивався протягом багатьох років, стаючи необхідним інструментом для ефективного прийняття рішень, управління ресурсами та оптимізації процесів. Досвідом доведено його ефективне застосування для моделювання ресурсної ефективності в газових свердловинах та оцінки економічної вигоди від їх використання.

Також системний аналіз використовується для оцінки ризиків та впливу на оточення, планування та впровадження екологічно безпечних проектів, а також для визначення найбільш ефективних стратегій управління виробництвом. В деяких випадках, системний аналіз може використовуватися для визначення ефективності взаємодії між різними відділами компанії, а також для визначення проблемних зон та шляхів їх вирішення.

Застосування системного аналізу допомагає в управлінні газодобувною галуззю в багатьох країнах світу, в тому числі в Німеччині, США, Канаді, Австралії та інших. За допомогою системного аналізу визнають потенційні ризики та можливості для покращення роботи галузі, оцінюють ефективність використання ресурсів та процесів, прагнуть вирішувати поточні проблеми та планувати розвиток галузі у майбутньому.

Загальні риси застосування системного аналізу в газовій галузі в різних країнах світу стосуються саме використання цього інструменту для удосконалення ефективності операцій, оптимізації процесів, зменшення витрат та збільшення прибутку. З іншого боку, відмінності у його застосуванні можуть виникати із залежності від факторів, таких як місцеве законодавство, умови ринку, культурні відмінності та інфраструктура технологій. Наприклад, у країн з розвинутою газовою галуззю, системний аналіз може бути використаний для підвищення автоматизації операцій та покращення точності прогнозування. Втім, у країнах з менш розвинутою газовою галуззю, системний аналіз використовується скоріше для вивчення нових бізнес-можливостей.

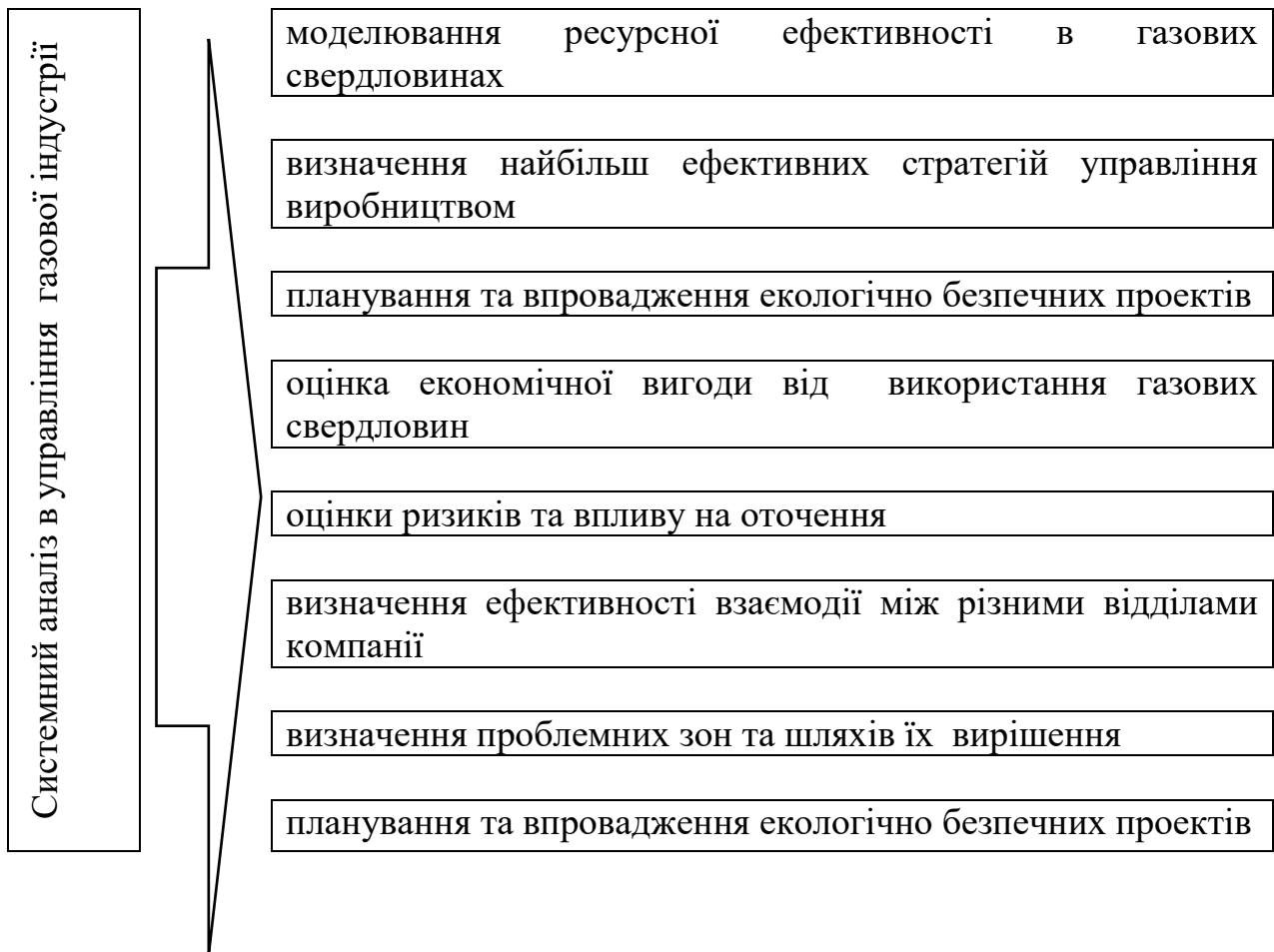


Рисунок 1 Напрями застосування системного аналізу в розвитку газодобувної індустрії

Значна кількість великих газовидобувних компаній, таких як Shell, ExxonMobil, Chevron та BP, використовують системний аналіз у своєму управлінні. Це дозволяє їм краще планувати та управляти власними операціями, а також оцінювати ризики та вплив на оточення. Наприклад, ExxonMobil [3] використовує системний аналіз для покращення ефективності своєї діяльності та досягнення стабільної виробничої ефективності. BP [4] також використовує системний аналіз для визначення своїх довгострокових цілей та стратегій управління виробництвом. Також використовують цей метод, щоб забезпечувати збереження екологічної стабільності.

Для того, щоб забезпечити ефективне використання системного аналізу, важливо мати високоякісну та актуальну інформацію про всі аспекти виробництва, а також впроваджувати нові технології та методики управління. Окремо важливо слідкувати за змінами в законодавстві та регуляторних вимогах, щоб забезпечити відповідність ним своєї діяльності.

В цілому, розвиток системного аналізу в контексті управлінських технологій газовидобувного підприємства є важливим для забезпечення ефективності та інноваційності у управлінні газовою індустрією.

Використання системного аналізу може допомогти покращити газовидобувну галузь України у ряді напрямів, в тому числі шляхом:

1. Оптимізація бізнес-процесів: системний аналіз може допомогти виявити і вирішити проблеми у поточних бізнес-процесах, в тому числі у процесах добування, обробки та переробки газу.

2. Визначення інвестиційних потреб: у виявленні потреби в розвитку та модернізації інфраструктури та обладнання, в тому числі для підвищення виробництва газу та забезпечення безпеки.

3. Розробка стратегії: системний аналіз може допомогти у визначенні перспективних напрямків розвитку галузі та розробці довгострокової стратегії для підтримання конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

1. Dutta, D., & Chaudhuri, A. (2019). A system dynamic approach to assess the impact of shale gas revolution on the US energy system. *Energy Policy*, 126, 629-641. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0301421518307539>

2. Zhang, J., Li, X., & Song, Y. (2019). An evaluation framework for shale gas development using system dynamics: a case study in China. *Applied Energy*, 237, 717-728. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0306261918312764>

3. ExxonMobil. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://corporate.exxonmobil.com/>

4. BP: Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.bp.com/>

УДК 338.486

АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ ТУРИСТИЧНИМ СЕКТОРОМ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

ЛЮДМИЛА АРХИПОВА, ІРИНА СМІК

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Сьогодні для України є надзвичайно важливим питання раціонального використання електроенергії, оскільки саме енергетична інфраструктура зазнала катастрофічних наслідків від військових дій на її території. За оцінками аналітиків повне відновлення енергетичної інфраструктури може займати від двох до п'яти років, а обмеження на використання електроенергії може тривати навіть рік. Оскільки галузь туризму на пряму залежить від енергетичної системи, потребує цілодобового електричного забезпечення, то вже сьогодні є необхідністю дослідження тенденцій використання електроенергії у найбільших туристичних районах України.

Оскільки з лютого 2022 року на території Івано-Франківської області кількість внутрішньо переміщених осіб за словами голови обласної військової адміністрації склала майже 140409 тисяч осіб [1], а в перші місяці війни готельна галузь Івано-Франківської області досягла 100% показника завантаження номерного фонду, це вплинуло на екологічну безпеку, адже в разі збільшилось використання електроенергії, що зумовило і збільшення викидів PM10, SO₂, NO_x. Тому, вважаємо, що дослідження використання електроенергії галуззю туризму є

актуальним та зумовлює подальше вирішення питання збереження екологічної безпеки території і стимулює пошук нових систем енергетичного забезпечення даної галузі, без шкоди для навколишнього середовища.

Для аналізу використання електроенергії в туристичному секторі доцільно проаналізувати останні офіційні основні статистичні показники розвитку туризму в Івано-Франківській області.

Таким чином, починаючи з 2017 по 2018 рік туристична діяльність Івано-Франківської області мала позитивну тенденцію щодо збільшення туристів, у 2017 році область відвідало 2,1 млн. туристів, а вже у 2018 році показник становив 2,2 млн. туристів, проте з 2019 року спостерігається незначний спад туристів, таким чином у 2019 область відвідувало 2 млн. осіб, в 2020 році показник становив 1,8 млн. осіб, що на -10% менше від попереднього року, проте у 2021 році показник відвідуваності області повернувся до показника 2019 року та становив 2,0 млн. туристів (рис.1).

На сайті Івано-Франківської обласної адміністрації дані про споживання природного газу та електроенергії по Івано-Франківській області відсутні, тому ми можемо навести приблизний розрахунок одноразового використання електроенергії туристами.

За підрахунками енергетиків, в середньому на одну людину припадає приблизно 11,47 кВт електроенергії [3], відповідно одноразово туристами приблизно було використано електроенергії:

- у 2017 році – 24 млн.кВт-год;
- у 2018 році – 25,23 млн.кВт-год;
- у 2019 році – 22,9 млн.кВт-год;
- у 2020 році – 20,64 млн.кВт-год;
- у 2021 році 22,9 млн.кВт-год.

Відповідно до результатів моніторингового соціологічного дослідження туристичної індустрії на території Івано-Франківської області в середньому перебування туристів на території області складає 3 дні[4], отже можемо вивести орієнтовний показник використання електроенергії туристичним сектором за рік.

Таким чином, із збільшенням числа туристів збільшується і частка використаної електроенергії, стосовно регіонів Івано-Франківської області найбільше туристів було зосереджено на території Поляницької ТГ, Яремчанської ТГ, м.Івано-Франківськ та Ворохтянської ТГ.



Рисунок1 Загальна чисельність туристів, які відвідували Івано-Франківську область за 2017-2021 рік [2]

Отже, завдяки даним можемо навести територіальну структуру розподілу електроенергії туристичного сектору за регіонами Івано-Франківської області (рис.2).

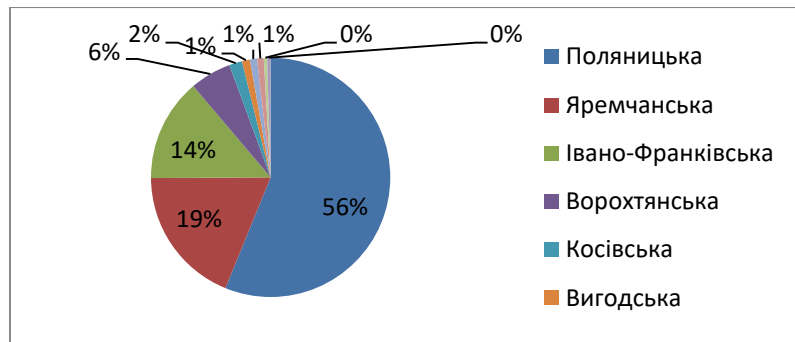


Рисунок 2 Територіальна структура розподілу електроенергії туристичного сектору за регіонами Івано-Франківської області

Отже, найбільш електрозатратною територією у туристичному секторі є Поляницька ТГ, її частка складає приблизно 56% від загального розподілу електроенергії в туристичному секторі Івано-Франківської області.

Тому найперспективнішим напрямом розвитку туристичного сектору є широке застосування відновлюваних джерел енергії.

Сьогодні в Івано-Франківській області функціонує 45 промислових сонячних електростанцій загальною потужністю 128 МВт, збудованих за рахунок коштів приватних інвесторів, з них 17- почали працювати в 2019 році. Крім цього 1100 приватних домогосподарств приєдналися до електричних мереж АТ «Прикарпаттяобленерго» (4 місце серед областей за кількістю встановлених СЕС та 3 місце за потужністю встановлених СЕС). Їх сумарна потужність становить близько 27 МВт, а вироблена електроенергія покриває власні потреби в межах середнього рівня споживання більш як 7 тисяч домогосподарств [5].

Об'єктами відновлюваної енергетики виробляється близько 2,0 % від загальної кількості виробленої електроенергії в області. На початку 2018 року запущена в дію перша черга вітрової електростанції потужністю 0,6 МВт у с.Шевченкове Долинського району. На річках області працює 5 малих гідроелектростанцій потужністю 3,6 МВт. Біогазовим заводом ТОВ «Гудвеллі Україна», потужність якого складає 1,2 МВт, вироблено 3 млн. кВт год. електроенергії та 3207 Гкал теплової енергії. На полігоні ТПВ на території Рибненської сільської ради діють дві біогазові установки ТОВ «КліарЕнерджі» загальною потужністю 0,7 МВт [5].

Сьогодні сучасний розвиток туризму включає кілька аспектів: зниження вуглецевого сліду, зменшення впливу на місцеві екосистеми, збільшення економічної користі для місцевих спільнот. Важливе розуміння, що витрати на природоохоронні заходи - це не просто неминучі витрати, а інвестиції у бізнес. Саме таке ставлення дозволяє отримувати вигоди та отримувати прибуток. Інвестиції в зелені технології завжди окупаються, сьогодні сучасний турист готовий платити за комфорт та екологію.

Отже, сучасна туристична галузь потребує переходу на відновлювальні джерела енергії та впровадження енергозберігаючих технологій. Це посилює необхідність екологізації індустрії туризму та потребує збільшення інвестицій, а також вимагає застосування комплексної політики, спрямованої на збільшення кількості міжнародних туристів та розширення використання екологічно чистої енергії.

Список використаних джерел

1. Скільки внутрішньо переміщених осіб проживають нині на Прикарпатті URL: <https://www.if.gov.ua/news/skilky-vnutrishno-peremishchenykh-osib-prozhyvaiut-nyni-na-prykarpatti>
2. Головне управління статистик в Івано-Франківській області URL: <https://ifstat.gov.ua/>
3. Які прилади споживають найбільше електрики URL: <https://barnews.city/articles/244516/yak-kozhen-ukrainec-mozhe-dopomogti-derzhavi-perezhiti-energetichnu-krizu->
4. Туризм Івано-Франківської області'2022.pdf URL: <https://speakerdeck.com/iftourism/turizm-ivano-frankivskoyi-oblasti2022?slide=11>
5. Стратегія розвитку Івано-Франківської області на 2021-2027 роки URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/04/ivano-frankivska-strategiya-rozvytku-ivano-frankivskoyi-oblasti-na-2021-2027-roky.pdf>

СЕКЦІЯ 7. СТАЛИЙ РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

УДК 332.33:633/635

ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ БІОЕНЕРГЕТИЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

АНДРІЙ ДАНКЕВИЧ

Національний університет харчових технологій, Україна,

Для України біоенергетика є одним із стратегічних напрямків розвитку сектора поновлюваних джерел енергії, з огляду на високу залежність країни від імпортованих енергоносіїв, в першу чергу, природного газу, і великий потенціал біомаси, доступної для виробництва енергії. Соняшник та відходи його переробки мають значний потенціал відновлюваної енергетики, який може бути використаний, щоб покращити торговий баланс, створити робочі місця, модернізувати виробництво, поліпшити енергетичну безпеку. Україна світовий лідер з виробництва та експорту соняшникової олії (31-37% світового експорту), 90% загального обсягу посіву олійних культур становить соняшник. Валовий збір культури – в 2020 – 14 млн т [1].

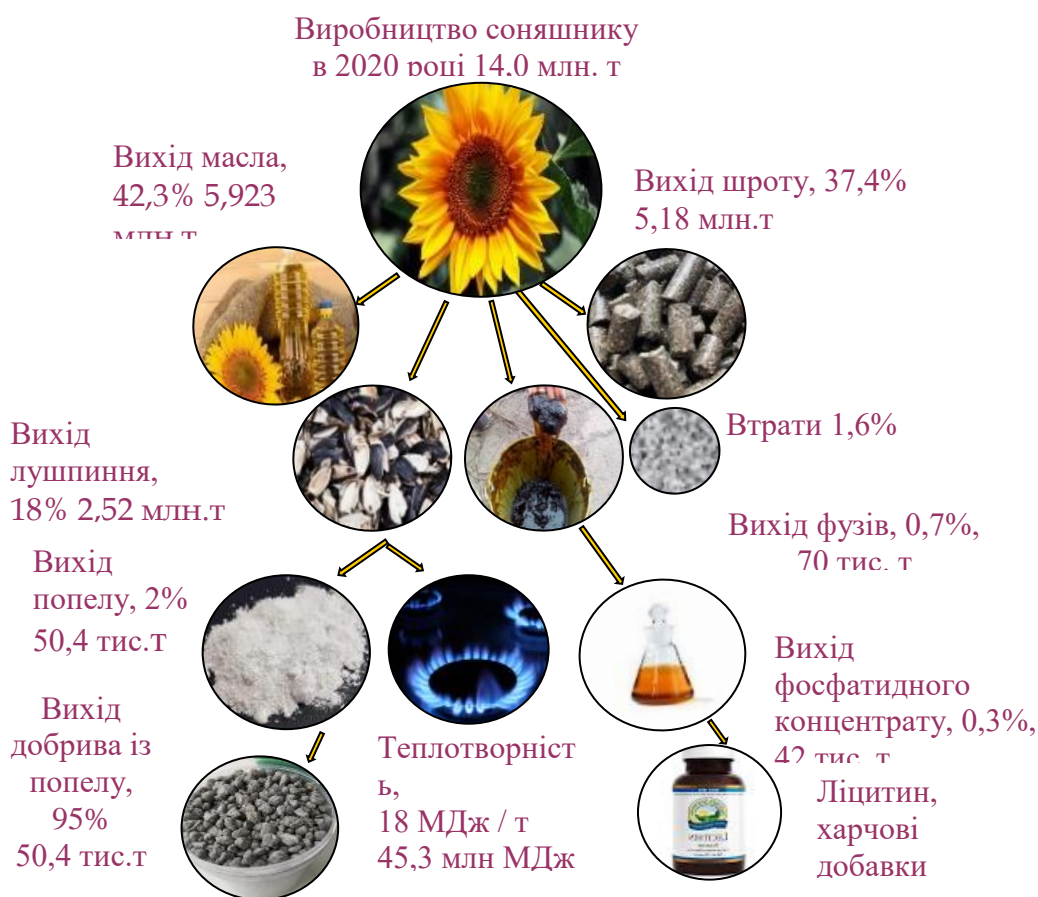


Рисунок 1 Біоресурсний потенціал соняшнику.

Переробка соняшнику, дає значну кількість вторинних продуктів, таких як шрот, макуха і лушпиння, фосфатидний концентрат. Близько однієї п'ятої ваги насіння соняшнику становить лузга. Дослідження наведені в табл. 1 показують, що енергозатрати спрямовані на переробку 1 т соняшнику та олії з нього еквівалентні 0,215 т лушпиння соняшнику. Тобто при інвестиціях у власну сировину ми можемо на 100% забезпечити енергонезалежність галузі. Аналіз показує, що потенціал лузги, дозволяє повністю покрити потреби переробки в енергозатратах, і ще 30% енергоресурсу продати на ринку. Якщо інтерпретувати дані рис 1 та табл. 1, то за теплотворною здатністю 2,52 млн. тонн лушпиння соняшнику виділяє стільки ж тепла, скільки 2,99 млн. тонн деревного палива, 1,02 млрд м³ природного газу, 0,98 млн літрів дизельного палива, 1,04 млн літрів мазуту, 1,96 млн кам'яного вугілля [2].

Table 1. Еквівалент енергозаміщення лушпинням соняшнику енергетичних витрат

Показник	Витрати лушпиння для переробки продукції, т	Обсяги енергоресурсів еквівалентні лушпинню соняшника		
		пару, т	газу, м ³ газу	теплової енергії , Гкал
на переробку 1 т соняшнику	0,052	0,24	21	0,158
на виробництво 1 т олії н/р	0,12	0,554	49	0,37
на виробництво 1 т олії рафінованої дезодорованої	0,043	0,2	17,3	0,13
Всього на 1т переробки	0,215	0,994	87,3	0,658
1т лушпиння прирівнюється	1	4,6	406	3,1
одиниці виміру	лн т лузги	лн т пара	лн м ³ газу	лн Гкал
потенціал 2,52 млн.т. лушпиння 2020 р.	2,52	11,6	1023,1	7,8
потенціал 3,92 млн.т. лушпиння 2050 р.	3,9	17,9	1583,4	12,1

Наявне лушпиння соняшнику може забезпечити річну потребу 4,3 млн чоловік в електроенергії, зменшивши при цьому енергозалежність від імпорту газу на 1 млрд м³. При цьому формується нова додана вартість, як мінімум плюс 20% до рентабельності виробництва, поліпшується екологія та економіка. З наявного попелу можна отримати 47 тис. тонн комплексних органічних добрив придатних для використання в органічному виробництві (табл.1).

Потенціал України по попелу лушпиння соняшнику оцінюється в 50 тис т за підсумками 2020 року (див рис. 4). Добрив із попелу при цьому виробляється близько 12 тис т або 30% від сировинної бази. Лінія для виробництва 5 тис т добрив буде коштувати орієнтовано 1 млн доларів. Приблизні інвестиції в

модернізацію галузі, з врахування розбудови інфраструктури оцінюються в 10 млн дол. З 1 тонною гранульованого попелу у ґрунт може бути внесено від 85,1 кг кальцію, від 49,7 кг магнію, від 37,5 кг сірки, 51 кг загального фосфору, від 209,8 кг загального калію.

З гідрофузу отримують цінний продукт: рідкий лецитин (фосфатидний концентрат), а з нього сухий порошковий лецитин, і тим самим значно підвищити рентабельність рафінації олії. З 1 тонни гідрофузу можна отримати до 620 кг рідкого лецитину. А вироблений з нього фосфатидний концентрат експортується за ціною близько 800-1100 дол/т.

В рік Україна експортує понад 12 тис т фосфатидного концентрату. В той час як потенційна сировинна база дозволяє виробляти близько 42 тис т. Тобто, потенціал відходів по даному сегменту, з різних причин використовується лише 28%. Лінія для виробництва 8 т/добу фосфатидного концентрату (по готовому продукту) буде коштувати 2 млн доларів. Орієнтовні інвестиції в модернізацію галузі оцінюються у 30 млн дол.

Лецитин соняшниковий являє собою набір фосфоліпідів рослинного походження. Лецитин бере активну участь в обмінних процесах і відповідає за енергетичний баланс в організмі. Базовий компонент усіх програм нутриціологів та дієтологів. Містить рослинні жири, не менш ніж 97,1. Калорійність 100 грам: 915 ккал. Лецитин - як харчова добавка (код E322), використовується при виготовленні шоколаду, кондитерських, хлібобулочних, макаронних виробів, маргарину, в косметичній промисловості. Згідно прогнозованим індексам промислового виробництва за вказаним напрямком, споживання лецитину буде рости приблизно на 3% в рік [5].

Модернізація галузі потребує значних ресурсів: виробничих, людських, фінансових. Тільки, інвестиції в отримання альтернативної електроенергії з лушпиння соняшнику, за нашими оцінка обійдуться в \$1,86 млрд.

В силу різних обставин, забезпечивши внутрішні енергетичні потреби, компанії стикаються з проблемою продажу надлишків електроенергії чи тепла зовнішнім споживачам. Зокрема: складнощі з приєднанням до електромереж; поганий технічний стан електричних мереж підвищує вартість приєднання та ускладнює проектування.

Список використаних джерел

1. Horák, J., Bilan, Y., Dankevych, A., Nitsenko, V., Kucher, A., & Streimikiene, D.: Bioenergy production from sunflower husk in Ukraine: potential and necessary investments. *Journal of Business Economics and Management*. 24(1), 1–19 (2023). <https://doi.org/10.3846/jbem.2023.17756>.
2. Данкевич А.Є. Управління біоресурсним та інноваційним потенціалом соняшнику в агропромисловому комплексі / Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей АПК: Матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції, 24- 25 листопада 2021 р. Київ : НУХТ, 2021. С. 51-54.
3. Данкевич А. Є. Розвиток інтегрованих структур у сільському господарстві: монографія - К. : ННЦ "ІАЕ", 2011. - 348 с.
4. Данкевич А. Є. Аналіз інвестиційного потенціалу підприємств аграрного

сектору економіки / Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. - 2017. - Вип. 3. - С. 37-42.

5. A. Dankevych, O. Sosnovska, N. Dobrianska, L. Nikolenko, Yu. Mazur, K. (2021) Ingram Ecological and economic management of innovation activity of enterprises. *Naukovyi Visnyk Natsionalnoho Hirnychoho Universytetu*, 5, 112-118. <https://doi.org/10.33271/nvngu/2021-5/118>

6. Данкевич А. Є. Ефективність використання виробничих ресурсів в умовах корпоратизації / *АгроІнКом*. – 2011. – № 7–9. – С. 122–125.

7. Данкевич А. Є. Формування земельних масивів агрохолдингів / Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. - 2015. - Вип. 2. - С. 143-152.

8. Данкевич А. Є. Формування та ефективність функціонування агрохолдингів: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: 08.00.04. Київ, 2012. 36 с.

УДК 332.33:633/635

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РОСЛИННИЦТВА В УКРАЇНІ

НАТАЛІЯ ЧУЙКО, АЛІНА БУКРЕЄВА

Державний біотехнологічний університет, Україна

Україна має багаті природні ресурси, сприятливий клімат і обґрунтовані умови для розвитку землеробства, що дозволяє країні вирощувати широкий спектр сільськогосподарських культур.

Наша держава є одним із провідних світових виробників зерна, в тому числі пшениці, ячменю, кукурудзи та інших зернових культур. Крім того, в Україні вирощуються олійні культури (соняшник, соя), цукрові буряки, картоплю, овочі, фрукти та ягоди.

Основними виробниками продукції рослинництва є сільськогосподарські підприємства — 62,8%. З 1996 р. рівень рентабельності продукції рослинництва був у межах 7,9–41,7% (за винятком 1998 р.), коли отримали збитковість у 3,3%. Тобто середнє значення рівня рентабельності становило менше 30%. За підрахунками вчених, успішною господарська діяльність сільськогосподарських підприємств може вважатися лише за рівня рентабельності не менше 35–40% [1].

Стан галузі рослинництва в Україні з 2000 р. по 2021 р. характеризується певними змінами (табл. 1). Так, аналіз посівних площ сільськогосподарських культур в Україні свідчить про суттєве їх зростання під технічними культурами з 2943 тис. га у 2000 р. до 6622 тис. га у 2021 р. При цьому зберігається тенденція до скорочення посівних площ буряків цукрових з 856 тис. га у 2000 р. до 227 тис. га у 2021 р., що зумовлено високими затратами та складністю технології вирощування. Спостерігається деяке зростання посівних площ під зерновими та зернобобовими культурами у 2021 р. вона становила 15995 тис. га. Посівні площі під овочевими, плодовими та ягідними культурами за аналізований період, також, мали тенденцію до зменшення.

Відбулися зміни і в урожайності та виробництві культур. Так, урожайність зернових та зернобобових за досліджуваний період збільшилася в 2,8 рази, соняшнику – в 2 рази, цукрових буряків – в 2,7 рази, картоплі – в 1,4 рази, овочевих культур – в 1,9 рази та плодових і ягідних – в 3,1 рази. Особливої уваги при аналізі виробництва продукції рослинництва заслуговують зернові та зернобобові культури і соняшник. В 2021 р. порівняно з 2000 р. їх виробництво збільшилося в 3,5 та в 4,7 рази відповідно, а виробництво цукрових буряків та овочевих культур, навпаки, за аналізований період мало тенденцію до зменшення.

Зазначені тенденції змін посівних площ, обсягів виробництва, спричинені, насамперед, певними комерційними цілями, що спрямовані на отримання стабільних і високих прибутків.

Таблиця 1

Показники стану рослинництва в Україні[2]

Культура	Роки					
	2000	2005	2010	2015	2020	2021
Площа, тис.га						
Зернові та зернобобові	13646	15005	15090	14739	15392	15995
Соняшник	2943	3743	4572	5105	6457	6622
Цукрові буряки	856	652	501	237	220	227
Картопля	1629	1514	1408	1291	1325	1283
Овочеві культури	541	467	465	446	464	460
Плодові та ягідні	425	299	255	235	219	217
Урожайність, ц/га						
Зернові та зернобобові	19,4	26,0	26,9	41,1	42,5	53,9
Соняшник	12,2	12,8	15,0	21,6	20,2	24,6
Цукрові буряки	177	248	279	436	416	479
Картопля	122	128	132	161	157	166
Овочеві культури	112	157	174	206	207	215
Плодові та ягідні	38,4	63,7	78,2	104,5	105,6	117,3
Виробництво, тис.т						
Зернові та зернобобові	24459	38016	39271	60126	64933	86010
Соняшник	3457	4706	6772	11181	13110	16392
Цукрові буряки	13199	15468	13749	10331	9150	10854
Картопля	19838	19462	18705	20839	20838	21356
Овочеві культури	5821	7295	8122	9214	9653	2024
Плодові та ягідні	1453	1690	1747	2153	9935	2235

Збільшення показників виробництва продукції рослинництва, звичайно, позитивно впливає на розвиток сільського господарства, поліпшує інвестиційну привабливість галузі, робить Україну сильним світовим експортером в даній галузі, але при цьому в довгостроковій перспективі приховують загрози для соціально-економічного розвитку сільських територій: підйом рослинництва в Україні відбувається на фоні знищення тваринництва, поголів'я ВРХ досягло критичних показників, які майже вдвічі менші за повоєнні роки; наявна яскраво виражена негативна тенденція до моновиробництва, усе більший акцент

сільськогосподарського виробництва зміщується до вирощування технічних і землевиснажливих культур; левову частку агробізнесу з виробництва продукції рослинництва займають агрохолдинги, які не зацікавлені у розвитку сільських територій як соціально-економічної системи[3].

Нажаль, у 2022 році було зафіксоване суттєве зниження врожаїв сільськогосподарських культур, які традиційно вирощуються в Україні. За попередніми оцінками, врожай ячменю впав на 38,8%, пшениці — на 33,3%, соняшника — на 30,9%, кукурудзи — на 18,3%. Така тенденція відбулася: через скорочення зібраних площ, оскільки значна частка цих рослин вирощувалася на територіях, які потерпіли від воєнних дій, а також через спрощення технології виробництва, скорочення внесення добрив та засобів захисту рослин [4].

Враховуючи актуальні проблеми рослинництва, потрібно всіляко сприяти його розвитку та підвищення ефективності. Основними пріоритетними напрямками повинні бути:

1. Використання новітніх технологій. Необхідно впроваджувати новітні технології в галузі рослинництва, щоб підвищити якість та врожайність культур. Це можуть бути сучасні системи зрошення, захисту від шкідників та хвороб, а також автоматизація процесів вирощування.

2. Підвищення якості наукової підтримки. Для розвитку сільського господарства необхідно мати наукову підтримку. Національні наукові установи, університети та приватні компанії повинні працювати над розробкою нових сортів рослин, активно вивчати сучасні технології та розробляти наукові рекомендації для фермерів.

3. Збільшення інвестиційної привабливості. Щоб повернути інвестиції в аграрний сектор, необхідно встановити прозорі правила гри та запровадити інвестиційні пільги. Також важливо створити умови для розвитку експорту сільськогосподарської продукції.

4. Підтримка малих та середніх фермерських господарств. Для підвищення ефективності розвитку рослинництва в Україні необхідно підтримувати малих та середніх фермерів. Держава повинна створити сприятливі умови для їхнього розвитку, такі як доступ до кредитів, земельних ресурсів, дотацій тощо.

5. Запровадження ефективної системи страхування врожаю. Уряд повинен запровадити ефективну систему страхування врожаю, щоб захистити аграрний сектор від ризиків, таких як погіршення погодних умов та інших ризиків.

Список використаних джерел

1. Сало І. А. Попова О. П. Сучасний стан галузі рослинництва в Україні. *Вісник аграрної науки*. 2019. № 9. С. 80-87.
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Залізко В.Д. Рослинництво України в системі забезпечення внутрішньої та глобальної продовольчої безпеки. *Економіка АПК*. 2014. № 5. С. 21-29.
4. Втрати на \$40 млрд: як через війну страждає аграрний сектор України. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/12/19/695167/>

ORGANIC PLANT FARMING AS A DEVELOPMENT PERSPECTIVE
OLENA CHEREDNICHENKO, YELYZAVETA CHEREDNICHENKO

NUBiP of Ukraine, Ukraine

Organic production is relevant because of certain environmental, economic and social advantages, as well as because of the problems that arose as a result of the Russian invasion of Ukraine. Intensive development of agriculture has a negative impact on the environment and depletes natural resources [1]. Organic agriculture has significant potential to reverse negative trends.

Organic agriculture is aimed at the production of quality products without the use of chemical fertilizers and the cultivation of GMO. The creation and development of a behavioral economy capable of effectively responding to dynamic changes in the external environment and the formation of social responsibility determine the relevance of the issue of food security based on organic production.

Since the beginning of the intensification of organic production at the beginning of the 21st century. Ukraine has become one of the suppliers of organic products, maintaining a leading position even during COVID-19. According to FiBL and IFOAM, the area of organic production and the number of producers are constantly increasing in the world [2]. More than 3 million producers in the world are engaged in organic production [3, 4]. As of 2022, there were 418 agricultural enterprises with the status of organic production and processing in Ukraine [5].

It is believed that organic farming is a socially responsible project, since profit is not obtained in the short term, and the risks of cultivation are higher [6]. Therefore, companies that are engaged in the production of such products plan a long-term perspective of development.

Company «K. A.» is engaged in the production and sale of agricultural products, introducing innovative business concepts with minimization of negative impact on the environment. Using organic technologies, winter wheat, rye, peas, sunflower and strawberries are grown [7].

Organic products have lower yields and require higher costs. In the production cost of agricultural crops, the largest specific weight is made up of mineral fertilizers, pesticides and planting material. In organic production, instead of toxic chemicals, the company uses phytobiopreparations.

Winter rye is a crop with a high cost of production and a relatively low sale price. Because of this, the profitability of the culture is fixed at the level of 6.71%. Unlike traditional technology, organic has certain advantages: lower production cost - by 270.64 UAH, higher sales price - by 707 UAH/t, 6-7 times higher profitability of production.

The sale of sunflower brings significant profits to the enterprise (Table 1). But organic production of this culture is more productive [1]. In particular, the selling price of 1 ton is higher by 1,371UAH, profit by 996UAH, profitability level by 13.8 percentage points.

Table 1

Economic efficiency of sunflower cultivation in the farm

Indicator	Inorganic production	Organic production
Area, ha	4066,94	858,22
Yield, quintals/ha	32	20
Sales price 1 ton, UAH without VAT	8318	9689
Profit per 1 ton, UAH	3026	4022
Profit per 1 ha, UAH	9682	8044
The level of profitability, %	57,17	70,97

The use of organic technologies helps to improve the results of the enterprise. The company «K. A.», understanding the prospects for the development of the organic trend, is gradually increasing the volume of such production. Despite the difficulties and problems, the management is not going to abandon this direction.

After the full-scale russian invasion, almost 30% of Ukraine's organic lands were occupied, mined, or still unusable. Despite this, organic producers continue to operate as much as possible, trying not to reduce the area and not deviate from the principles of ecologically clean production, and some sell organic products without a premium markup.

Today, the demand for organic products in Ukraine has significantly decreased due to a decrease in loyal consumers, disruption of production and sales chains, and a decrease in the purchasing power of the population. At the same time, some producers of organic products continue to work and do not plan to abandon this type of agriculture. The war will end, and manufacturers will be able to resume their activities and implement innovative business concepts that minimize the negative impact on the environment and generate more profits.

Further support of the organic sector is a modern necessity. This direction of development strengthens food security and has a positive effect on the environment and biodiversity.

The EU has introduced new measures aimed at increasing the sustainability of logistics chains in agriculture and the food sector. Implementation of measures to support organic production in Ukraine, provided for by the «Farm to Fork» and «Biodiversity» strategies, will contribute to ensuring stable agricultural productivity.

References

1. Lioutas E.D., Charatsari Ch. (2018). Green Innovativeness in Farm Enterprises: What Makes Farmers Think Green? *Sustainable development*, 26, 337–349.
2. Cherednichenko O. (2020). Current state and development of specialized enterprises - producers of sunflower. Publishing House of Rzeszow University of Technology «MODERN MANAGEMENT REVIEW», MMR, vol. XXV, 27 (2/2020). URL: <http://doi.prz.edu.pl/publ/zim/419>.
3. Website of the Federation of the Organic Movement of Ukraine. URL: <http://organic.com.ua/>
4. Willer H, Trávníček J, Meier C and Schlatter B. (2021). The world of organic agriculture statistics & emerging trends 2021. Bonn: Research Institute of Organic Agriculture FiBL. P. 340. URL: <https://soz.bio/opublikovana-svezhaya-mirovaya-statist/>

5. Website of the State Statistics Service of Ukraine. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

6. Ayuya O.I. (2019). Organic certified production systems and household income: Micro level evidence of heterogeneous treatment effects. *Org. Agric.* 9. 417–433.

7. KUSTO AGRO GROUP website. URL: <http://kustoagro.com/>

УДК 631/635:005.412-026.16(043.2)

СТАЛИЙ РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА: ПРИНЦИПИ, ГЛОБАЛЬНІ ЗМІНИ ТА ПРОБЛЕМИ

СВІТЛАНА ФІЛЮК, АННА БАРАНОВА

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

Сільське господарство є найбільшою галуззю у світі. Тут працює більше одного мільярда людей і щорічно виробляється продовольство на понад 1,3 трильйона доларів. Пасовища та ріллі займають близько 50 відсотків придатної для життя території Землі.

Потреба в сталому управлінні ресурсами стає дедалі гострішою. Попит на сільськогосподарську продукцію швидко зростає зі зростанням населення світу. Глибокий зв'язок сільського господарства зі світовою економікою, людським суспільством робить його одним із найважливіших рубежів для збереження природи в усьому світі.

Одним із головних принципів сталого розвитку сільського господарства є забезпечення стійкості екологічних систем. Це означає використання таких агротехнік, як підвищення біологічної різноманітності, збереження ґрунту та водних ресурсів, раціональне використання пестицидів та добрив, використання енергоефективних технологій тощо [2]. Методом є забезпечення тривалої стійкості природних екосистем та збереження природних ресурсів для майбутніх поколінь.

Економічна стійкість також є одним з аспектів сталого розвитку сільського господарства. Економічна стійкість забезпечує ефективне використання ресурсів, диверсифікацію доходів, розвиток сільського підприємництва та сприяння відтворенню капіталу в сільському господарстві. Це також включає розвиток ринків, забезпечення справедливих умов торгівлі, підтримку інновацій та підвищення конкурентоспроможності сільських товаровиробників [1].

Для досягнення сталого розвитку сільського господарства також необхідні аспекти адаптації до зміни клімату та зменшення впливу на зміну клімату. Це може включати застосування кліматостійких сільськогосподарських практик, використання відновлюваної енергії, зменшення викидів парникових газів, підтримку агролісового господарства та інші заходи, спрямовані на зниження впливу сільського господарства на зміну клімату.

У високорозвинених країнах світу модель сталого розвитку ґрунтується на засадах «зеленої економіки», яка передбачає органічні відносини людини і природи задля розширення можливостей економічного зростання, та створення

скоординованої глобальної стратегії виживання людства, орієнтованої на збереження і відновлення природних ресурсів. В Україні необхідність розробки та впровадження політики сталого розвитку на основі «зеленого» зростання викликана як міжнародними зобов'язаннями, так і внутрішніми соціально-економічними й екологічними реаліями.

Складність вирішення проблеми досягнення сталого розвитку сільського господарства зумовлена:

- високою складністю системи, наявністю великої кількості різних, взаємозалежних між собою елементів, що виконують різноманітні функції;
- багатозначністю самого поняття «сталий розвиток»;
- посиленням взаємозв'язку елементів системи в міру її розвитку, що виявляється у зміні поведінки системи при варіації параметрів зовнішнього середовища, а також у неможливості оцінити всю систему за сукупністю властивостей її окремих елементів і навпаки;
- специфікою аграрних відносин, що виявляють себе в неможливості контролювати чинники, які формують результативність функціонування системи;
- наявністю нелінійних зв'язків між елементами системи, що призводить до появи невизначеності між ними [4].

Щоб впоратися зі швидкими темпами змін і підвищеною невизначеністю, стійкість слід розглядати як процес, а не як однозначно визначену кінцеву точку, яку потрібно досягти. Це, у свою чергу, вимагає розробки технічних, політичних, управлінських і фінансових рамок, які підтримують сільськогосподарських виробників і менеджерів ресурсів, залучених до динамічного процесу інновацій. Зокрема:

Потрібна політика та інституції, які б заохочували до впровадження стійких практик, запроваджували правила та витрати на дії, які виснажують або погіршували природні ресурси, а також полегшували доступ до необхідних знань і ресурсів;

Стійкі методи сільського господарства повинні повною мірою використовувати технології, дослідження та розробки, хоча й із значно більшою інтеграцією місцевих знань, ніж у минулому. Це вимагатиме нових і міцніших партнерств між технічними та інвестиційно орієнтованими організаціями;

Планування та управління сільськогосподарським сектором на основі фактичних даних потребує належної статистики, геопросторової інформації та карт, якісної інформації та знань. Аналіз має бути зосереджений як на виробничих системах, так і на основних природних і соціально-економічних ресурсах;

Проблеми, пов'язані із запасами та рівнем використання природних ресурсів, часто виходять за рамки національних кордонів. Міжнародні механізми та процеси управління мають підтримувати стале зростання (і справедливий розподіл вигод) у всіх секторах сільського господарства, захищаючи природні ресурси та запобігаючи побічній шкоді.

В глобальному контексті сталого розвитку сільське господарство відіграє провідну роль: агропромисловий сектор - найбільший роботодавець у світі, який найчастіше залучений до світового землекористування. Він ставить під небезпеку природні екосистеми та відповідає близько за чверть світових викидів парникових

газів. Він має вирішальне значення для глобальної продовольчої безпеки та вразливий до зміни клімату.

Агропромисловий сектор та харчова промисловість посідають головне місце в світовій економіці, маючи особливе значення для країн, що розвиваються. Саме тому інвестиції в сільське господарство мають один з найкращих ефектів, сприяючи економічному росту, підвищенню продовольчої безпеки та боротьбі з бідністю[3].

Зростання сільськогосподарського виробництва виявляється значним: незважаючи на різке скорочення кількості фермерів, особливо в розвинутих країнах, виробництво продукції значно зросло. Це явище відоме як «зелена революція», яку очолив лауреат Нобелівської премії Норман Борлоуг. Його зусилля були спрямовані на боротьбу з голодом, а ключовими напрямками стали високопродуктивні сорти насіння, зрошення, сучасне управління фермськими господарствами, використання мінеральних добрив та пестицидів.

Список використаних джерел

1. Васюта В. Б., Мормуль В. В. Інтенсифікація сільськогосподарського виробництва. Ефективна економіка. 2013. 11. URL: www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2453.

2. Сталий розвиток для сільського господарства та навколишнього середовища. Видавець: Anu Books HO Shivaji Road, Meerut, 0121-2657362 H-48, Green Park Extension, New Delhi-16, 9997847837

3. Agriculture, Environment and Sustainable Development URL: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-10406-0#bibliographic-information>.

4. Babenko V.O. Modelling of factors affecting innovational agricultural activity of enterprises AIC in Ukraine / V. O. Babenko // Scientific bulletin Polissia. — 2017. — Vol. 1 (9), P. 2. — P. 115—121.

UDC 339.137

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AS A BASIS FOR THE FORMATION OF COMPETITIVE INFRASTRUCTURE OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF EU INTEGRATION

OLEKSANDR FEDOCHUK

National Aviation University, Ukraine

Military actions on the territory of Ukraine have led to the accelerated integration of Ukraine's agricultural sector into the European Union, and the intensification of globalization has changed the main priorities and directions of the social mechanism of economic relations.

The epicenter of the comprehensive renewal of agrarian relations and the search for new effective forms of management are agrarian reforms, which change the interests of both society as a whole and the rural population. The model of functioning of the agricultural sector has undergone a transformation as a result of evolutionary changes,

i.e. from the concept of «overcoming hunger» to «food security» and now «sustainable development».

The paradigm of a sustainable development society differs significantly from the paradigm of an industrial society, which is based on the priority of economic growth through the widespread use of industrial methods of production, including in agriculture. This is because industrial society is characterized by concentration of production and population, urbanization, and the formation of a system of values focused on efficiency and rationality without regard to the natural environment.

Social and economic progress in an industrial society is driven by increasing the production of material goods and obtaining economic benefits at any cost. Under such conditions, environmental protection is subordinated to economic development, which makes it fundamentally impossible to effectively protect the environment.

The essence of the definition of «sustainable development» is multi-purpose and determines the priority vector of transition to the biosphere model of nature management, i.e. to the safe in all aspects of the manifestation of the technosphere and the stable state of the natural environment, their harmonious coexistence within the established permissible limits, which means the transition to the development of a society whose purpose and values are focused on the stability of all spheres of life, preservation for future generations of the fundamental right to a viable and life-sustaining environment.

We propose to consider the concept of «sustainable agricultural development» as a process of achieving food security, a qualitative change in the structure of nutrition and an uninterrupted supply of food to the population and raw materials to industry, without loss of environmental components used in the production process to meet the needs for agricultural products. The main goals of sustainable agricultural development are to ensure:

- quality parameters of the natural resource potential of agricultural production;
- food security and high-quality, safe nutrition of the population in order to maintain the health of the nation and increase vital indicators;
- greening of agricultural production through the use of innovations;
- production of environmentally friendly agricultural products, ensuring their competitiveness in domestic and foreign markets.

The economic component of sustainable agricultural development is aimed at reducing the cost of production per unit of output while rationally using natural potential. From the environmental point of view, sustainable agricultural development will ensure the stability of biological and physical systems, reduce the ecologically destructive impact on the environment, and improve agricultural landscapes.

The main goals of the social component of agricultural development are to increase the number of jobs, i.e. to reduce unemployment and eliminate poverty, and to promote social integration.

Therefore, in the process of implementing the model of sustainable development of agriculture in Ukraine, one of the important areas is to address a number of issues related to the formation of conditions for increasing the competitiveness of agricultural enterprises as the main driving force in ensuring food security in our country.

The competitiveness of agricultural enterprises is the result of their competitive advantages in the entire spectrum of management issues. The competitiveness of agricultural enterprises is characterized by indicators of high production efficiency of products, which is realized through modern equipment, technologies, skilled workers and the ability to gain and maintain stable positions in the market for a long time, which is ensured through the effective use of strategic management principles and proper infrastructure.

There are three main approaches to managing the competitiveness of agricultural infrastructure. Thus, according to the process approach, the management of enterprise competitiveness includes such basic tasks as gaining competitive advantages, maintaining and increasing them in competitive market conditions.

The process approach is based on the «goal-task» principle, i.e., the entrepreneur sets a specific goal and then forms a number of tasks to achieve the goal. Thus, the application of the process approach to competitiveness management determines the need to launch a continuous process of developing the internal capabilities of the enterprise in accordance with the requirements of the changing external environment. The situational approach involves prioritizing management methods based on the current situation.

In turn, O.E. Kuzmin, N.I. Horbal understand enterprise competitiveness management as those «...aspects of the general management functions that determine the policy in the field of creation and sale of competitive products, goals and responsibilities in this area of activity of the business entity, which is implemented through such means as competitiveness planning, operational management, its provision and improvement within a certain competitiveness system» [3, p. 26].

A similar opinion is shared by M.M. Haleliuk, who argues that the competitiveness of enterprises is «...a specific management function that is realized through the implementation of general functions in order to maintain and increase the CSR of the enterprise and its goods, which are components of a single system» [2, p. 58].

According to V.G. Andriychuk, the system of competitiveness management of the infrastructure of agricultural enterprises includes, as one of the elements, state regulation of the enterprise's competitiveness, because the main reason for the deep economic crisis is the crisis of economic management, which is characterized by increased unemployment, development of inflationary processes, destabilization of the monetary and financial system, decline in investment activity, growth of the state's internal debt, and decline in living standards [1, p. 35].

In the course of the study, we define the concept of «management of competitiveness of the infrastructure of agricultural enterprises» as a set of management actions aimed at efficient use of resource potential, as well as the development of competitive strategies that ensure the formation and maintenance of competitive advantages and investment opportunities in order to create conditions for the production and sale of competitive environmentally friendly agricultural products, improving the standard of living and quality of life of the population.

In order to increase the competitiveness of the infrastructure of agricultural enterprises, it is advisable to implement a number of measures: to create conditions for stabilizing and increasing agricultural production; to set purchase prices for agricultural

products that would reimburse not only the costs of its production, but also provide profit; to introduce support for agricultural producers of all forms of ownership in areas that facilitate the attraction of investments, loans for technical and technological transformation; to reduce the

Thus, the results of the theoretical analysis show that the basis of the competitiveness management system of the infrastructure of agricultural enterprises is competitive advantages and competitive potential, which, through interaction, form the competitiveness of the enterprise and determine its competitive status in the market.

The combination of economic, environmental and social components of sustainable development of agricultural enterprises affects the competitiveness of their infrastructure in the context of the inevitable European integration processes.

References

1. Andriychuk V. G. Economics of agrarian enterprises. 2nd edition, supplemented and revised. KYIV: KNEU, 2002. 624 p.
2. Haleliuk M.M. System of management of competitiveness of machine-building enterprise. Bulletin of Economic Science of Ukraine. 2008. № 2. P. 50-58.
3. Protosvitska O.I., Fedorchuk O.M., Svyrydovskyi V.M., Dudchenko V.V. Ensuring the competitiveness of agricultural enterprises in the context of sustainable development / Kherson: Aylant, 2021. - 204 p.

УДК 633.31:631.674.6

ЕФЕКТИВНІСТЬ ЕЛЕМЕНТІВ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИ ВИРОЩУВАННІ КУНЖУТУ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ

ВІРА КОНОВАЛОВА, АНДРІЙ ТИЩЕНКО, ОЛЕНА ТИЩЕНКО

Інститут кліматично орієнтованого сільського господарства НААНУ, Україна

Кунжут (*Sesatum indicum* L.) ($2n = 26$) одна з найдавніших і ранньостиглих олійних культур у світі. Світова посівна площа кунжуту становить близько 10,5 млн. га при річному обсязі виробництва близько 6,0 млн. т [1, с. 403]. Середня врожайність коливається від 300 до 500 кг/га, але за належного догляду і застосування сучасних агротехнологій вона може досягати 3000 кг/га [2, с. 52]. Країнами-лідерами у світі з виробництва кунжуту є Індія, М'янма, Китай, Судан, Танзанія, Ефіопія, Уганда та Нігерія. В останній час споживання продуктів і олії з насіння кунжуту неухильно зростає як в Європі так і США [3, с. 4].

Кунжут широко відомий як король олійних культур через високий вміст олії в насінні (50–63%), 17–32% білка (багатого сіркою, що містить амінокислоти), а 80% кунжутної олії складається з ненасичених жирних кислот [4, с. 270], його вирощують для харчових, медичних цілей або використовують для виробництва біодизеля [5, с. 494]. Кунжут має високу терапевтичну та харчову цінність, і він був визнаний хорошим джерелом високоякісної олії з великою часткою ненасичених жирних кислот, білків і антиоксидантів [6, с. 425]. Крім того, насіння кунжуту багате на мінерали (кальцій, залізо, фосфор) і вітаміни (вітамін А, тіамін і рибофлавін). Завдяки своїй високій якості кунжут також називають «королевою

олійних культур»[7, с. 194]. Кунжутна олія високо цінується за її поживну цінність, пов'язану з користю для здоров'я, а індекс якості (співвідношення між ненасиченими жирними кислотами та насиченими жирними кислотами) для харчової олії в кунжуті варіюється від 83–87% у насінні [4, с. 271].

Проте в останні десятиліття спостерігаються зміни клімату, так зване «глобальне потепління», внаслідок якого відбувається підвищення температурного режиму, частішають посушливі періоди та збільшується їх тривалість[8, с. 829; 9, с. 355]. Це значно впливає на кількість опадів і їх перерозподіл протягом вегетаційного періоду та є одним з основних абіотичних стрес-чинників, що призводить до значного зниження врожайності сільськогосподарських культур [10, с. 553]. Особливо нестача вологи у фази розвитку сходи, стеблуння, цвітіння (травень–липень) негативно впливає на продуктивність рослин кунжуту

Натомість в останні часи, в період дозрівання кунжуту (вересень–жовтень) спостерігаються часті дощі зі зливами, що підвищує вологість насіння, перешкоджає вчасному збиранню та, відповідно, призводить до втрат врожаю [11, с. 438]. Дощова погода в поєднанні з сильними вітрами при досяганні стиглості негативно впливає на врожайність кунжуту через розтріскування коробочок та висипання насіння.

Мета роботи було дослідити вплив та ефективність різних способів і режимів зрошення, поверхнево-активних і клеючих речовин та десикантів на продуктивність рослин кунжуту та дати економічну оцінку.

Отримані дані з урожайності насіння кунжуту за різних способів та режимів зрошення показує, що найвища вона за поверхневого краплинного зрошення і в середньому по режимам склала 1,07 т/га, натомість найменшою урожайність була на дощуванні і склала 0,84 т/га. Зі всіх способів поливу найбільший прибуток 2242,88 €/га та найменшу собівартість 1 т насіння 322,78 € було отримано за поверхневого краплинного зрошення. Найвищу врожайність 1,16 т/га та прибуток – 2784,00 €/га забезпечує поверхневе краплинне зрошення за дотримання поливного порогу на рівні 75–80% НВ, при собівартості 1 т насіння 285,29 € та рівнем рентабельності 741%. Найвищий рівень рентабельності 837 % становив за цього ж способу поливу та поливного порогу на рівні 70–75% НВ.

Нерівномірне досягання коробочок кунжуту, велика вегетаційна маса, що на час дозрівання насіння є ще сирію призводить до втрати насіння та труднощів при збиранні. Тому нами були досліджені десиканти для підсушення рослинної маси. На контрольному варіанті (без застосування десиканту) при збиранні було отримано найменшу врожайність насіння 0,85 т/га, при собівартості 1 т насіння 595,04 € та прибутку 1534,22 €/га. При застосуванні десикантів у фазу 70–75% побуріння коробочок сприяло отриманню найбільшої врожайності насіння 1,02–1,18 т/га, при цьому собівартість 1 т становила 441,00–521,60 €, а чистий прибуток склав 1915,97–2311,63 €/га. Найкращий результат показав Препарат 2 при обробці у фазу 70–75% побуріння коробочок з врожайністю насіння 1,18 т/га, при собівартості 1 т насіння 441,00 € та прибутку – 2311,63 €/га, що було краще контрольного варіанту на 0,33 т/га, -154,04 € та 777,41 €/га, відповідно.

Нерівномірне досягання коробочок кунжуту є біологічною особливістю культури, яка призводить до втрати насіння. За нашими дослідженнями застосування препаратів на основі клеючих та поверхнево-активних речовин перешкоджає передчасному розтріскуванню коробочок, збільшує урожай та покращує його якість, незмивається дощем, зменшує передзбиральні втрати врожаю та дозволяє зібрати однорідне дозріле насіння.

В результаті проведених досліджень найменшу насіннєву продуктивність 0,81 т/га та прибуток 1437,25 €/га, а відповідно найбільшу собівартість 1 т насіння 625,62 €, отримали на контрольному варіанті (без обробок). При першій обробці препаратами на основі клеючих та поверхнево-активних речовин у фазу 70–75% побуріння коробочок спостерігається збільшення насіннєвої продуктивності на 0,05–0,12 т/га, прибутку на 113,78–283,72 €/га та зменшення собівартості 1 т насіння на 4,28–6,88 € порівняно з контрольним варіантом. Найкращими варіантами виявилися при застосуванні за першої обробки Агроліп та Нью Філім-17, а за другої – Десикант + Агроліп. На цих варіантах сформувалося насіннєва продуктивність становила 1,13–1,14 т/га, прибуток – 2180,50–2206,13 €/га, при собівартості 1 т насіння 464,80–470,35 €.

На сьогодні вартість кунжуту в Україні в середньому становить близько 2 400 € за тону. У Світі вартість не шліфованого коливається в межах 1000 до 1500 €/т, а шліфованого – 2000–2500 €/т, без урахування доставки. В наших дослідженнях собівартість насіння кунжуту становила 256,14–649,72 €/т, а прибуток 1437,25–2453,06 €/га, тобто є можливість для зниження ціни. Таким чином підвищення продуктивності рослин та розширення площ під цією культурою дасть змогу замінити на ринку України імпортовану продукцію (насіння, олія) та навіть експортувати цю продукцію до країн Східної Європи, де також ця продукція є імпортованою.

Список використаних джерел

1. Sharaby N. & Butovchenko A. Cultivation technology of sesame seeds and its production in the world and in Egypt. *IOP Conf. Ser.: Earth Environ. Sci.*, 2019, 403. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/403/1/012093>
2. Abadi. Sesame production, challenges and opportunities in Ethiopia. *Vegetos: An International Journal of Plant Research & Biotechnology*, 2018, Vol. 31, Issue 1, 51–56. <https://doi.org/10.5958/2229-4473.2018.00007.1>
3. Abate M. Genotype X Environment analysis for seed yield and its components in Sesame (*Sesamum indicum* L.) evaluated across diverse agroecologies of the Awash Valleys in Ethiopia. *J Adv Studies Agric Biol*, 2015, Vol. 2, Issue 4, 1–14. <https://doi.org/10.4334/JABE/2015/2606>
4. Eskandari H., Hamid A. & Alizadeh-Amraie A. Development and maturation of Sesame (*Sesamum indicum*) seeds under different water regimes. *Seed Science and Technology*, 2015, Vol. 43, Issue 2, 269–272. <https://doi.org/10.15258/sst.2015.43.2.03>
5. De Lima G.S., De Lacerda C.N., Dos Anjos Soares L.A., Gheyi H.R. & Araujo, R.H.C.R. Production characteristics of sesame genotypes under different strategies of saline water application. *Rev. Caatinga, Mossoró*, 2020, Vol. 33, Issue 2, 490–499. <https://doi.org/10.1590/1983-21252020v33n221rc>

6. Bahrami H., Razmjoo J. & Jafari A.O. Effect of drought stress on germination and seedling growth of Sesame cultivars (*Sesamum indicum* L.). *International Journal of AgriScience*, 2012, Vol.2, Issue 5, 423-428.

7. Deepthi P., Shukla C.S., Verma K.P. & Siva Sankar Reddy E. Yield Assessment and Influence of Temperature and Relative Humidity on Charcoal Rot Development in Sesame (*Sesamum indicum* L.). *The Bioscan*, 2014, Vol. 9, 193-195.

8. Vozhehova R., Tyshchenko A., Tyshchenko O., Piliarska O., Konovalova V., Sharii V. & Fundirat K. Economic feasibility of application of bacterial and fungal drugs on seed-used alfalfa. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, 2022, Vol. 22, Issue 4, 827-834.

9. Tyshchenko O., Tyshchenko A., Piliarska O., Kuts H. & Lykhovyd P. Evaluation of drought tolerance in alfalfa (*Medicago sativa*) genotypes in the conditions of osmotic stress. *AgroLife Scientific Journal*, 2020, Vol. 9, Issue 2, 353-358.

10. Tyshchenko O., Tyshchenko A., Piliarska O., Biliaeva I., Kuts H., Lykhovyd P. & Halchenko N. Seed productivity of alfalfa varieties depending on the conditions of humidification and growth regulators in the Southern Steppe of Ukraine. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, 2020, Vol. 20, Issue 4, 551-562.

11. Vozhehova R., Tyshchenko A., Tyshchenko O., Dymov O., Piliarska O. & Lykhovyd P. Evaluation of breeding indices for drought tolerance in alfalfa (*Medicago*) genotypes. *Scientific Papers. Series A. Agronomy*, 2021, Vol. LXIV, Num. 2, 435-444.

УДК 332.024.3

ВІДОБРАЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ У НЕФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ КОМПАНІЙ АГРАРНОГО СЕКТОРУ

ІРИНА ТЕНИЦЬКА, ЯРИНА САМУСЕВИЧ

Сумський державний університет, Україна

Проблематика мінімізації шкідливого впливу виробничої діяльності на стан навколишнього природного середовища має особливе значення в аграрному секторі, який є ресурсорієнтований. Необхідність забезпечення сталості аграрного бізнесу та переорієнтації його на зменшення шкідливого впливу на довкілля або компенсації такого впливу вимагає, в першу чергу, оцінювання такого впливу та відстеження його динаміки. Актуальність вичерпності екологічних показників у звітності суб'єктів господарювання викликана в першу чергу реалізацією права зацікавлених сторін до екологічної інформації. Внаслідок того, що на правовому рівні дані питання залишаються не упорядкованими, то екологічна інформація публікується на розсуд керівництва та вимогу інвесторів, а її зміст часто є обмеженим, що унеможливорює співставність даних різних компаній аграрного сектору.

Через відсутність чітко врегульованих екологічних показників у нефінансовій звітності нами було досліджено нефінансові звіти п'яти компаній аграрного сектору, відбір яких відбувався за показником кількості оброблюваної

земельної площі. Так було обрано три компанії аграрного сектору, які входять до ТОП 5 найбільших землевласників в Україні (зокрема це Кернел (363 тис.га), МХП (362 тис.га), Астарта-Київ (220 тис.га), інші компанії аграрного сектору володіють значно меншим земельним банком (Нібулон (76,5 тис.га), Спектр-Агро (8 тис.га)). Разом з тим, така градація компаній аграрного сектору викликана необхідністю перевірки гіпотези, що чим менша кількість оброблюваної площі, тим менша зацікавленість управлінців у представленні повної та вичерпної екологічної інформації у нефінансовій звітності.

Тож дослідивши п'ять звітів було виокремлено якісні та кількісні екологічні показники, які відображаються компаніями аграрного сектору та які, на нашу думку, мають важливе значення для зацікавлених сторін, зокрема громадськості, з метою оцінки рівня компенсаційних заходів вжитих компаніями аграрного сектору для пом'якшення рівня завданої шкоди довкіллю внаслідок провадження сільськогосподарської діяльності. Так, аналіз нефінансових звітів відбувався за відображенням у них тринадцяти якісних екологічних показників та двох кількісних. Тож, якщо відповідний екологічний показник охарактеризовано у звіті відповідної компанії аграрного сектору, то такому показнику присвоєно значення «1», якщо у звіті даний екологічний показник не згадується, то йому було присвоєно значення «0». Внаслідок дослідження було виявлено (табл.1), що:

Таблиця 1

Визначення кількісних та якісних екологічних показників у нефінансовій звітності п'яти компаній аграрного сектору

Показник	Якісні													Кількісні	
	Рівень забезпечення якості власної продукції	Рівень захисту світової продовольчої безпеки	Компенсаційні заходи задля якості атмосферного повітря	Заходи на відновлення водного середовища	Озеленення прилеглих територій	Зариблення водних об'єктів	Превалювання мінеральних добрив над хімічними	Повторне використання відходів	Реалізація відходів як вторинної сировини	Передача відходів на утилізацію	Впровадження енергозберігаючих та природоохоронних заходів	Проведення аналізу екологічних ризиків	Визначення місця і ролі Екологічної політики	Суми екологічних платежів, які були сплачені до бюджетів різних рівнів	Суми прямих витрат понесених на енергоефективність
Компанія															
Нібулон	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1
МХП	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1
Кернел	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0
Астарта-Київ	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0
Спектр-Агро	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0

– Компанією Нібулон у Соціальному звіті за 2018-2019 роки відображено 11 з 13 якісних показників та всі кількісні. Разом з тим відзначимо,

що досліджувана компанія аграрного сектору єдина, яка визначила у звіті суму сплачених екологічних платежів (68,7 млн.грн) та суми прямих витрат спрямованих на реалізацію енергоефективних проєктів (14,7 млн.грн). На основі цього можна узагальнити, що компанія Нібулон вичерпно представляє екологічну інформацію у нефінансовій звітності;

– Компанією МХП у Звіті зі сталого розвитку за 2021 рік визначено 9 із 13 екологічних показників, та один кількісний показник. Проте зауважимо, що МХП єдина компанія яка у звіті відображає кількість викидів та скидів у атмосферне повітря, водні об'єкти за видами забруднень. Відтак, показники екологічної діяльності МХП відображені у звітності можна вважати вичерпними;

– Компанією Кернел у Звіті зі сталого розвитку за 2022 рік охарактеризовано 8 із 13 якісних показників та жоден кількісний. Хоча не можна сказати, що компанія повною мірою вичерпно описує екологічні показники у нефінансовій звітності, проте зазначимо, що Кернел щороку збільшує кількість оброблених відходів у порівнянні з утвореними, а це станом на 2022 рік досягло максимуму та складає 52827,8 тонн оброблених до 59263,6 тоннам утвореним, у планах керівництва компанії зрівняти ці показники;

– Компанією Астарта-Київ у Звіті зі сталого розвитку за 2020 рік представлено 9 із 13 якісних показників та жоден із кількісних показників. Хоча не можна повною мірою запевнити, що компанія вичерпно висвітлює екологічну інформацію, проте у порівнянні з латифундистами її відкритість перед стейкхолдерами є теж високою, що дає підґрунтя для спростування раніше висунутої гіпотези щодо залежності об'єму земельного банку та вичерпності екологічної інформації у нефінансовій звітності;

– Компанією Спектр-Агро у Звіті з Управління за 2021 рік висвітлено лише один визначений екологічний показник, що утворює необхідність у подальших дослідженнях, зокрема розширенні кола об'єктів дослідження та ранжуванні їх за об'ємом земельного банку.

Вважаємо, що однією із причин не відображення екологічних показників у нефінансовій звітності викликане незацікавленістю управлінців внаслідок відсутності іноземних інвесторів (адже закордоном публікація екологічного сліду підприємства стає брандом), тоді як іншою причиною є неналежне регулювання представлення екологічної інформації у нефінансовій звітності нормативно-правовими актами.

Отже, на основі проведеного аналізу було сформовано кількісні та якісні екологічні показники, висвітлення у нефінансовій звітності яких забезпечить достатню оцінку ролі та місця компанії аграрного сектору в забезпеченні екологічної стабільності, та як наслідок сталого розвитку територій. Окрім цього, отримані результати є підґрунтям до подальших досліджень, зокрема розширенням об'єктів дослідження, враховуючи об'єми земельного банку. Це пов'язано з неможливістю підтвердити чи спростувати гіпотезу щодо того факту, що компанії аграрного сектору які володіють меншим земельним банком, не є зацікавленими у представленні вичерпної екологічної інформації у нефінансовій звітності.

Дослідження виконане в межах НДР «Детінізація та регуляторна ефективність екологічного оподаткування: оптимізаційне моделювання для забезпечення національної безпеки та раціонального природокористування» (№ д/р 0122U000777).

Список використаних джерел

1. Соціальний звіт Нібулон 2018-2019. Нібулон. 46 с. URL: https://www.nibulon.com/uploads/files/site_tree/104/1105.pdf (дата звернення: 17.04.2023).
2. NON-FINANCIAL REPORT SUSTAINABLE DEVELOPMENT МХП. 2019. 62 с. URL: <https://api.next.mhp.com.ua/images/ad6f4/8f137/1cd9ba937b6bcc1.pdf> (дата звернення: 17.04.2023).
3. Kernel Holding S.A. ANNUAL REPORT. 2022. 147 р. URL: https://www.kernel.ua/wp-content/uploads/2022/11/FY2022_Kernel_Annual_Report.pdf#page=43 (дата звернення: 17.04.2023).
4. Звіт зі сталого розвитку 2020 Агропромхолдинг Астарт-Київ. 2020. 83 с. URL: <https://astartaholding.com/wp-content/uploads/2022/07/sustainability-report-2020---ukr.pdf> (дата звернення: 17.04.2023).
5. ЗВІТ ПРО УПРАВЛІННЯ ТОВ «СПЕКТР-АГРО» ЗА 2021 РІК. 2021. 61 с. URL: <https://spectr-agro.com/2021ot2.pdf> (дата звернення: 17.04.2023).

УДК 332.024.3

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МОЛОЧНОГО СКОТАРСТВА ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

ОЛЕНА СМІГУНОВА, ТЕТЯНА ПРИХОДЬКО, МИКОЛА ГЕМБАРСЬКИЙ

Державний біотехнологічний університет, Україна

За даними Департаменту АПК Харківської області регіон займає 3-тє місце за обсягами виробництва молока сільськогосподарськими підприємствами та 5-тє – за показниками чисельності поголів'я великої рогатої худоби, поголів'я корів, збільшення чисельності корів у порівнянні з минулим роком [1].

Загалом, за останні п'ять років виробництво молока в сільськогосподарських підприємствах та у фермерських господарствах зросло в понад 5 разів, а у господарствах населення темпи були дещо нижчими, однак відмічене збільшення валових обсягів виробництва молока в понад 3 рази. Таким чином, можна говорити про прискорений розвиток молоковиробництва в регіоні саме на промисловій основі.

При цьому поголів'я корів в регіоні мало тенденцію до скорочення, при чому найбільше зменшилась чисельність корів в господарствах населення – на 28,5 %, в той час як у фермерських господарствах чисельність корів скоротилась лише на 5,6 %. Така ситуація пов'язана передусім з розпочатими у 2018 р. програмами державної підтримки фермерських господарств.

Аналізуючи представлені дані валових надоїв та поголів'я молочних корів в господарствах регіону, можна зробити висновок, що в сільськогосподарських підприємствах та фермерських господарствах середня молочна продуктивність за останні 3 роки зростала (відповідно на 9 та 15 %) та склала у 2021 р. 7622,3 та 5705,9 кг/гол відповідно, а в господарствах населення, навпаки, відмічене зменшення цього показника – на 12,4%, який склав 4578,3 кг / гол. Крім того, фахівці відзначають суттєву різницю якості молочної сировини, отриманої від промислових товаровиробників та від селян-одноосібників. Такий стан обумовлений, насамперед, рівнем технічного оснащення виробників молочної сировини та рівнем кормової бази.

Недостатній рівень годівлі є причиною не тільки різкого спаду продуктивності худоби, а й зростання яловості маточного поголів'я, скорочення виходу молодняка або слабкого потомства. Рівень годівлі тварин молочного стада є показником, що безпосередньо визначає собівартість молока: чим вищими є надої молока, тим дешевшим буде виробництво продукції.

Інтенсифікація молочного скотарства в теперішній час виявляється не тільки в підвищенні рівня годівлі молочної худоби, а і в оптимізації структури річного раціону за складом необхідних компонентів відповідно до біологічних особливостей окремих груп тварин. Звідси витікає, що раціоналізація польового кормовиробництва є важливим напрямом підвищення продуктивності та ефективності виробництва молока.

Понад 110 підприємств в Харківській області були зареєстровані як виробники молока. Обсяги його виробництва в підприємствах різних розмірів коливались від 34 (ПСП «Червоно зоря» Лозівського району) до 197027 ц (ТОВ СК «Восток» Ізюмського району). На рис. представлено рейтинг найбільших виробників молока в регіоні.

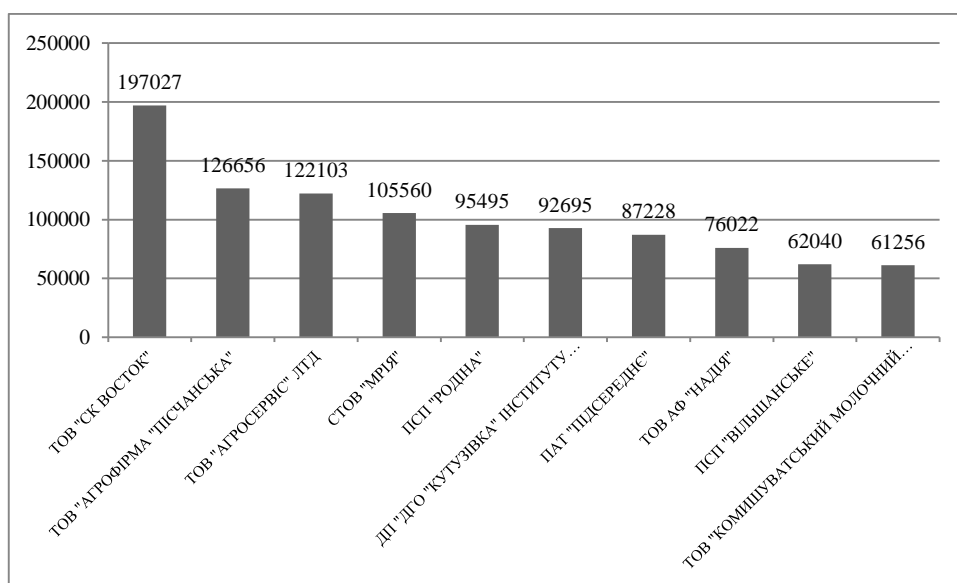


Рисунок 1 **ТОП-10** виробників молока в Харківській обл., ц.

Основними експортними товарними групами, виробленими в агропромисловій сфері Харківській області в 2021 р. були зернові культури

(22 %), готові харчові продукти (18,7 %), жири та олії тваринного або рослинного походження (4,25 %), молоко та молочні продукти, яйця птиці; натуральний мед (0,6 %) [2].

За період 2017 – 2021 рр. експорт продукції агропромислового виробництва суттєво розширився, в переважній мірі за рахунок зерна та готових харчових продуктів. Майже не змінились експортні обсяги (у вартісному вимірі) молочних продуктів, яєць птиці та натурального меду, однак, при цьому варто брати до уваги недостатню насиченість внутрішнього ринку країни товарами цієї групи та зниження рівня споживання вказаних продуктів.

Харківська область відноситься до провідних регіонів з переробки сільськогосподарської продукції: виробництва плющених пластівців з зерен зернових культур – 1 місце, борошна пшеничного чи пшенично-житнього – 1 місце, ковбасних та м'ясних виробів – 2 місце, молока й молочної продукції – 2 місце, сиру свіжого неферментованого – 3 місце, олії соняшnikової нерафінованої – 4 місце [3].

В останні роки динаміка обсягів виробництва молока була спадною. Так, у 2019 р. обсяг молока, виробленого в регіоні та переданого на переробку становив 144,1 тис. т, що на 21,1 % менше показника 2017 р.

На сьогодні вітчизняні переробні підприємства, на жаль, частково втратили як зовнішні, так і внутрішні ринки збуту молокопродукції. Молочна сировина, що надходить на переробку, неохолоджена та має граничні показники кислотності, а частина її має вади смаку й запаху. Українські переробники на сьогодні мають значні втрати при експорті молочної продукції через низьку якість сировини, яка на Заході використовується тільки на технічні й кормові цілі. Питання якості молока вітчизняного виробництва постає дедалі гостріше із збільшенням інтеграції України в європейську та світову економіку [4,5].

Зниження собівартості молочної сировини можна досягти шляхом зменшення вартості трудових та інших ресурсів, впровадження сучасних технологій виробництва кормів та молока. Це дозволить стабілізувати економічний стан аграрних підприємств молочного напрямку в літній період, коли закупівельні ціни на молоко знижуються, та створить можливості для забезпечення рентабельного виробництва якісної конкурентоздатної молочної продукції [4].

В довоєнний період Харківська область, маючи потужний природно-ресурсним потенціал, відгравала вагомую роль у виробництві сільськогосподарської продукції, однак досягнуті результати діяльності в повній мірі не забезпечували потреби в продовольчих ресурсах, що мали тенденцію до зростання. Агропромислова сфера економіки Харківщини потребує суттєвих інвестицій в технологічне переоснащення виробництв, державної та регіональної підтримки.

Враховуючи досвід країн ЄС, інвестиційна політика має реалізовуватись в контексті реалізації засад розумної регіональної спеціалізації. Створення нових інноваційних підприємств створить передумови для раціонального використання наявних природних і трудових ресурсів, що дозволить як забезпечити виробництво продуктів за цінами, доступними для внутрішнього споживання, так

розширить експортну спроможність регіону, сприяючи при цьому підвищенню оплати праці в галузі, вирішенню проблеми зайнятості населення тощо.

Список використаних джерел

1. На Харківщині зросло виробництво тваринницької продукції. URL : <https://kharkivoda.gov.ua/news/110315>.

2. Товарна структура зовнішньої торгівлі Харківської області (щомісячна інформація). URL : <http://kh.ukrstat.gov.ua/tovarna-struktura-zovnishnoi-torhivli-oblasti-shchomisiachna-informatsiia>.

3. Садиков М. А., Назиров К. З. Глобалізація світової економіки та розумна спеціалізація регіонів. Матеріали II Інтернет-конференція «Сучасні проблеми розвитку права та економіки в інноваційному суспільстві» (29 листопада 2019 р.). Харків, 2019 р. С.66 – 74.

4. Ключко В.М. Стан та шляхи підвищення економічної ефективності молокопродуктового підкомплексу АПК України. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». 2013. № 6. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2134>.

5. Проценко Д.В., Лихопуд О.І., Нечай А.Г. Проблеми розвитку вітчизняного молочного скотарства. Матеріали Четвертої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (8 жовтня 2020 р.). Харків: ХНТУСГ, 2020.С.33 – 36.

УДК 633.522:631.5

ПОТЕНЦІАЛ ЕНЕРГЕТИЧНИХ СОРТІВ ПРОМИСЛОВИХ КОНОПЕЛЬ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА БІОЕКОНОМІКИ

СЕРГІЙ МІЩЕНКО

Інститут луб'яних культур НААН, Україна

Глобальні екологічні проблеми, які останнім часом набувають все більших обертів на планеті, зокрема стрімке зменшення запасів викопних ресурсів, демографічний вибух, за якого виникає необхідність забезпечення невпинно зростаючого населення продуктами харчування та лікарськими засобами, значне фізичне, хімічне та біологічне забруднення довкілля, зміна клімату (глобальне потепління) зумовили пошуки заміни традиційного на сьогодні промислового й аграрного виробництва на біотехнології, біопродукти та біопроцеси, тобто перехід на біоекономіку. Біоекономіка об'єднує в собі власне економіку й екологію, що органічно доповнюють одна одну [1, 2]. Біоекономіка є новою підсистемою народного господарства, яка поєднує відносини між людьми, що виникають у процесі виробництва, обміну та розподілу продукції, одержаної в результаті використання біологічних технологій, що базуються на принципах збереження ресурсів, рециклінгу, незабруднення довкілля, з метою покращення якості та тривалості життя людини [3].

Біоекономіка передбачає виробництво або збір біологічної маси, її використання чи переробку і в результаті створення біопродуктів, екологічно безпечну утилізацію їх решток. Основною метою біоекономіки є забезпечення

продовольчої безпеки та раціонального використання природних ресурсів з найменшою шкодою для довкілля та сталого розвитку [1, 2].

У країнах ЄС спостерігається зростання розвитку біоекономіки, в Україні вона знаходиться в процесі свого тернистого становлення та потребує проведення широкого кола наукових досліджень, розробки нових технологій та впровадження інновацій, застосування принципово відмінних стратегій менеджменту, щоб досягти рівня конкурентоздатності отримуваних біопродуктів [3]. Біоекономічна стратегія поки ще не сформована, розвиток біотехнологій відбувається повільними темпами, а їх застосування має лише фрагментарний характер. Основними економічними галузями в Україні, де застосовуються біотехнології, є сільське господарство, фармацевтика, харчова промисловість і біоенергетика [3]. Виділяють ряд перешкод на шляху її розвитку: біотехнологічна сфера потребує серйозних інвестицій, довготривалих та складних досліджень і відповідно високої кваліфікації; існують бар'єри для виходу на світовий рівень, зокрема складні процедури отримання дозволів та ліцензій; відсутня необхідна законодавча база та державна система регулювання і впровадження наукових розробок [3].

Одним з біологічних ресурсів, як частини біоекономіки, може бути біомаса промислових конопель (поряд з використанням волокна для виготовлення текстильних і кручених виробів, біокомпозитів, насіння – на харчові цілі, несихотропних канабіноїдів – як ліки). Завдяки орієнтації на постійне та ефективне використання біосировини біоекономіка посідає чільне місце в концепції сталого розвитку. Коноплі є традиційною для України агрокультурою, їх культивування конопель сприяє збереженню агрорізноманіття та екологічно стабільних агроценозів, супроводжується мінімальним хімічним навантаженням на довкілля, а перероблення сировини характеризується безвідходністю виробництва [4]. При цьому із 17 цілей сталого розвитку України [5] реалізується щонайменше дев'ять [4], зокрема досягнення продовольчої безпеки, поліпшення харчування та сприяння розвитку сільського господарства й інновацій, забезпечення здорового способу життя, доступу до недорогих, надійних, стійких і сучасних джерел енергії, забезпечення екологічної стійкості населених пунктів, забезпечення переходу до раціональних моделей споживання та виробництва, вжиття невідкладних заходів щодо боротьби зі зміною клімату та її наслідками, захисту та відновлення екосистем і сприяння їх раціональному використанню, припинення та повернення назад процесу деградації земель тощо.

Основні аргументи на користь використання біомаси саме цієї біоенергетичної культури наступні:

- промислові коноплі здатні вже за один вегетаційний період формувати значний урожай біомаси;
- стебла та волокно мають велику теплотворну здатність, для енергетичних цілей може використовуватися як уся рослина, так і продукти її переробки чи післяжнивні рештки;
- промислові коноплі поглинають велику кількість Карбону;
- культивуються як звичайна польова культура з обґрунтованими технологіями вирощування, збирання і перероблення, є добрим попередником у сівозмінах, не мають спільних шкідників і хвороб з іншими культурами,

поліпшують структуру ґрунту і захищають його від водної ерозії.

В Інституті луб'яних культур НААН вже тривалий час ведеться селекція зі створення сортів волокнистого та біоенергетичного напрямів господарського використання. На сьогодні лідируючі позиції займають неперевершені адаптовані до зональних умов вирощування сорти Глухівські 51 та Глухівські 85, занесені до Державного реєстру сортів рослин, придатних для поширення в Україні (відповідно з 2018 і 2019 р.). Добрий урожай біомаси дають і сорти універсального напрямку використання Глесія й Артеміда.

Сорт Глухівські 51 (автори: Лайко І. М., Вировець В. Г., Кириченко Г. І., Міщенко С. В.) є унікальним у світовій селекції конопель за вмістом волокна при добрій його якості. Належить до середньостиглої групи. Тривалість вегетаційного періоду до технічної стиглості становить 95–100, до біологічної – 120–125 діб. За даними конкурсного селекційного сортовипробування за вирощування з метою отримання волокна (на зеленець) урожай стебел становить 9,5–10,5 т/га (за інтенсивної технології вирощування – до 12,0 т/га), загального волокна – 3,3–3,6 т/га (довгого 2,8–3,1 т/га), вміст волокна – до 38,9%, вихід довгого волокна – до 35,8%, що суттєво перевищує сорт-стандарт. Якісні показники волокна: середній номер довгого волокна – 6,3, розривне навантаження – 38,0 даН, лінійна щільність – 37 текс. Характеризується відсутністю канабіноїдних сполук [6].

У 2022 р. у досліді з беззмінного вирощування конопель (з 1931 р.) отримано рекордну урожайність сорту Глухівські 51 – 15,00 т/га стебел (урожай загальної біомаси буде ще вищим). Результат такого вражаючого показника – це наслідок, по-перше, сприятливих гідротермічних умов (387 мм опадів за вегетаційний період, що на 70 мм вище середнього багаторічного показника, та середньодобової температури повітря 16°C на рівні норми), по-друге, достатня забезпеченість основними елементами живлення в ґрунті й їх ефективне використання рослинами, по-третє, успішна реалізація особливостей генотипу сорту у фенотипі [7]. За умови внесення 20, 40 і 80 т/га гною врожайність стебел конопель склала 10,83, 12,85 та 13,01 т/га відповідно. Застосування великої норми неорганічних добрив $N_{200}P_{100}K_{240}$ (кг д. р./га) дало змогу досягти урожайності стебел на рівні 10,12 т/га, загального волокна – 3,74 т/га (вміст – 37%), довгого волокна – 3,24 т/га (вихід – 32%). За умови застосування орґано-мінеральних сумішей ефективність їх застосування була ще вищою: у варіанті з 20 т/га гною + $N_{60}P_{45}K_{45}$ отримали урожайність стебел 11,04 т/га, загального волокна – 4,20 т/га (вміст – 38%), довгого волокна – 3,42 т/га (вихід – 31%), а у варіанті з 80 т/га гною + N_{60} – 15,00 т/га стебел, 5,55 т/га загального і 4,95 т/га довгого волокна. У останньому випадку навіть за умови одноразового внесення добрив п'ять років назад (у 2017 р.), спостерігається висока ефективність їх післядії – урожайність стебел склала 12,00 т/га [7].

Отже, існують всі агрономічні та селекційні передумови для використання промислових конопель в біоекономіці загалом та біоенергетиці зокрема.

Список використаних джерел

1. Концепція державної стратегії розвитку біоекономіки України до 2030 року (проект): електронний ресурс. URL: <https://nubip.edu.ua/node/72005> (дата звернення: 25.01.2023).

2. Що таке біоекономіка?: електронний ресурс. URL: https://ligno.com.ua/uk/news/45_bioeconomy-review.html (дата звернення: 25.01.2023).

3. Федина С. М., Ковальов Б. Л., Ігнатченко В. М. Біоекономіка: сутність поняття, стратегії, стан та перспективи розвитку підприємницьких форм в Україні. *Механізм регулювання економіки*. 2019. № 3. С. 16–27. DOI: 10.21272/mer.2019.85.02

4. Мохер Ю. В., Жуплатова Л. М., Дудукова С. В. Промислові коноплі для цілей сталого розвитку. *Луб'яні та технічні культури*. 2020. Вип. 8 (13). С. 66–73. DOI: 10.48096/btc.2020.8(13).66-75

5. Указ Президента України №722/2019 від 30.09.2019 «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року: електронний ресурс. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text> (дата звернення: 25.01.2023).

6. Глухівські 51 – сорт промислових конопель волокнистого і біоенергетичного напрямку використання. *Аграрна наука – виробництво: наук.-інф. бюл. завершених наук. розробок*. Київ, 2019. № 1 (87). С. 12.

7. Лайко І. М., Лайко Г. М., Мохер Ю. В. та ін. Промислові коноплі для біоекономіки. *Аграрна наука і освіта: історичний екскурс, сучасна парадигма, стратегія розвитку: матеріали V міжнар. наук.-практ. конф. у рамках VIII наук. форуму «Науковий тиждень у Крутах – 2023»* (Крути, 3 березня, 2023 р.). Обухів, 2023. С. 144–149.

УДК: 639.312:332.15

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИБНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

СОФІЯ МЕЛЬНИЧЕНКО

Херсонський державний аграрно-економічний університет, Україна

Рибне господарство в Україні є важливим сектором господарства, який забезпечує не тільки продовольчу безпеку, але й має великий потенціал для економічного розвитку та створення робочих місць. Однак, як і багато інших країн, Україна також стикається з викликами та проблемами в рибному секторі, зокрема зниженням вилову водних біоресурсів та нестабільністю рибного промислу [1].

Актуальність дослідження цієї проблеми визначається тим, що рибні ресурси України перебувають під впливом ряду негативних факторів, таких як забруднення водойм, зміни клімату, незаконний, недекларований та нерегульований рибний промисел (ННРП), а також недостатнє використання сучасних технологій у рибному господарстві. Проте, останніми роками спостерігається зростання інтересу до розвитку рибного господарства в Україні, зокрема з огляду на потенціал відновлення водних ресурсів та забезпечення сталості рибного промислу [2].

Сучасний стан наукового вивчення цієї проблеми відображає зростаючий інтерес до рибного господарства в Україні з боку науковців, експертів та різних зацікавлених сторін.

Сучасні тенденції розвитку рибного господарства в Україні характеризуються наступними аспектами [2 – 4]:

1. Збільшення аквакультурного виробництва. Україна в останні роки нарощує обсяги аквакультурного виробництва, зокрема вирощування риби, молюсків та інших водних організмів. Аквакультура стає все більш важливою галуззю рибного господарства в Україні, зокрема через використання штучного вирощування риби з метою забезпечення стабільних поставок рибних продуктів на внутрішньому ринку та експорт.

2. Розвиток органічної аквакультури. Органічна аквакультура стає все популярнішою в Україні, зокрема з використанням натуральних методів вирощування риби без використання хімічних добрив та медикаментів. Це відповідає попиту споживачів на екологічно чисті продукти, і може допомогти в розвитку експорту органічних рибних продуктів.

3. Використання нових технологій. У рибному господарстві в Україні використовуються нові технології, такі як системи рециркуляції води, автоматизація вирощування риби, використання штучного інтелекту та дронів для моніторингу та контролю за рибними фермами.

4. Взаємодія з науковими установами. Рибне господарство в Україні все більше взаємодіє з науковими установами, такими як національні академії наук, університети та науково-дослідні інститути. Це сприяє впровадженню сучасних наукових розробок та інноваційних рішень у рибному господарстві, таких як розробка нових кормів, методів генетичної селекції, застосування біотехнологій та інших науково-технічних досягнень.

5. Розвиток рибного туризму. Рибний туризм стає все популярнішим напрямком в розвитку рибного господарства в Україні. Велика кількість річок, озер та водойм в країні надає можливості для риболовлі та активного відпочинку на природі. Розвиток рибного туризму сприяє створенню нових робочих місць, залученню інвестицій та підвищенню економічної активності в регіонах з рибним господарством.

6. Сприяння сталим практикам. Забезпечення сталого управління рибними ресурсами та впровадження сталих практик в рибному господарстві стає однією з головних тенденцій розвитку цієї галузі в Україні. Це включає контроль за забрудненням водних ресурсів, раціональне використання рибних ресурсів, захист від незаконного, нерегульованого та неконтрольованого рибальства, а також забезпечення добробуту риб та їхнього середовища мешкання.

7. Розвиток експортного потенціалу. Україна має значний потенціал для експорту рибних продуктів на зовнішні ринки. Забезпечення високої якості та дотримання вимог міжнародних стандартів може допомогти розширити експортний потенціал рибного господарства України.

Незважаючи на те, що протягом останніх років у рибництві України спостерігаються позитивні тенденції та підвищується рівень використання інноваційних технологій, у даній сільськогосподарській галузі все ж таки існує

ціла низка проблем, які потребують наукового обґрунтування та вирішення. До проблем, які треба вирішити належать наступні [5 – 7]:

1. Незаконний, недеklarований та нерегульований (ННН) вилов. Незаконний, недеklarований та нерегульований вилов риби є серйозною загрозою для рибних ресурсів та екосистем водних резервів. Необхідно зміцнювати контроль за виловом риби, вживати заходів для зменшення ННН вилову, включаючи посилення контролю, впровадження маркування рибної продукції та забезпечення відповідальної рибної діяльності.

2. Забруднення водних ресурсів: Забруднення водних ресурсів, таких як річки, озера та ставки, може негативно впливати на рибні резерви та екосистеми. Потрібно забезпечувати ефективний контроль за викидами та скидами забруднюючих речовин в водні резерви, сприяти впровадженню сучасних технологій очищення стічних вод та стимулювати використання екологічно чистих практик у рибному виробництві.

3. Використання недозволених методів лову. Використання недозволених методів лову, таких як електрошокування, отруєння води, викиди вибухових речовин та ін., може призводити до зменшення рибних резервів, пошкодження екосистем та вимирання рибних видів. Необхідно забороняти використання недозволених та середніх рибоводних підприємств, зокрема шляхом надання фінансової підтримки, доступу до кредитів, розвитку ринкових механізмів та впровадження програм підтримки бізнесу в рибному господарстві.

4. Низький рівень свідомого споживання рибних продуктів. Україна має низький рівень свідомого споживання рибних продуктів, що може впливати на попит на рибні продукти вітчизняного виробництва. Необхідно здійснювати просвітницьку роботу серед населення щодо користі рибних продуктів для здоров'я, екологічної сталості рибного господарства та підтримки вітчизняних виробників.

5. Недостатня інноваційність. Рибне господарство України має відстаючу технічну базу та недостатнє застосування інноваційних технологій. Необхідно сприяти впровадженню інновацій у рибному господарстві, зокрема шляхом розвитку науково-дослідницької бази, підтримки стартапів та впровадження новітніх рибоводних технологій.

Таким чином, рибництво є однією з важливих галузей сільськогосподарського комплексу України. З огляду на те, що територія України добре забезпечена водними ресурсами, вона має значний потенціал для розвитку рибництва. Незважаючи на те, що обсягу вилову води протягом останніх років збільшуються, вони не характеризуються раціональністю та інноваційністю. Саме тому, задля подальшого сталого розвитку рибництва в Україні необхідно вжити всіх можливих заходів, які покращать галузь рибництва та спрямують її в інноваційне русло.

Список використаних джерел

1. Белошарпа Т., Ковальов Г. Державний вплив на розвиток рибного господарства України: шляхи вдосконалення. *Актуальні проблеми державного управління*. 2018. № 4. С. 24-28.

2. Ганжуренко І. В. Сучасні проблеми та тенденції розвитку регіонального рибогосподарського комплексу. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2-13. № 2.
3. Маркова Є. Ю. Розвиток підприємств зі штучного відтворення і товарного вирощування риби в Азово-Чорноморському басейні. *Інноваційна економіка*. 2016. № 5-6. С. 80-88.
4. Дюдяєва О. А. Стан гармонізації законодавства України в сфері виробництва органічної продукції аквакультури з європейськими нормами. *Водні біоресурси та аквакультура*. 2021. С. 62-86.
5. Сіненко І. О. Організаційні та економічні механізми регулювання рибальства та аквакультури. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2018. № 4 (16). С. 122-130.
6. Муквич М. Г. Сучасний стан, проблеми та завдання розвитку рибництва в Україні. *Рибогосподарська наука України*. 2009. № 1. С. 4-8.
7. Грициняк І. І., Третяк О. М. Пріоритетні напрями наукового забезпечення рибного господарства України. *Рибогосподарська наука України*. 2007. № 1. С. 5-20.

УДК 635:31. (477.72)

АСПАРАГУС – ПЕРСПЕКТИВНА ОВОЧЕВА РОСЛИНА ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ПОЛІВ

НАДІЯ КОСЕНКО

Інститут кліматично орієнтованого сільського господарства НААН, Україна

Аспарагус, холодок лікарський або спаржа (*Asparagus officinalis* L.) – одна з найбільш стародавніх багаторічних трав'янистих культур. Існує більше двохсот її видів, найбільш поширений і відомий з яких – спаржа лікарська. У дикій природі зустрічається на узбережжі Середземного і Каспійського морів. У Стародавніх Єгипті, Греції, Римі спаржа була добре відома: її вирощували як овочеву рослину [1, с. 495]. На даний час цей овоч, а точніше молоді пагони дуже цінуються гурманами усього світу, і є однією з найсмачніших овочевих видів рослин. У пагонах спаржі залежно від сорту, способу вирощування (зелена чи відбілена), строків зрізування міститься: сухої речовини до 10 %, цукрів – 1,8–3,6 %, вітамінів, у т.ч. аскорбінової кислоти – 10,4–53,0 мг/100 г (відбілена) і 90,4–110,6 (зелена), нікотинової кислоти більше 1 мг/100 г, каротину (у зеленої спаржі) – 0,5–2,0 мг/100 г, що більше, ніж у помідорах і капусті білоголової. Містить також вітаміни групи В: В1 (тіамін) – 0,8–1,9 мг/100 г, В2 (рибофлавін) – 0,9–1,4, В5 або РР (нікотинамід) – 0,5–1, В6 – 0,06–0,1 мг/100 г. Особливо ніжна і багата вітамінами верхня частина молодого пагона. Лікувальне значення мають практично усі органи рослини: пагони, кореневища, плоди [2, с. 22-23]. Аспаргін, що є основною лікарською речовиною спаржі має судинорозширювальну дію, тому дуже корисний для серцево-судинної системи. Стероїдні сапоніни, що містяться у пагонах спаржі мають антиоксидантні, антибактеріальні, антивірусні

властивості, сприяють зниженню цукру, шкідливого холестерину в крові людини, підвищує імунітет [3, с. 63]. Популярність білих (або етіолованих, вирощених без доступу світла) та зелених молодих товарних пагонів спаржі зумовлена тим, що позиціонуються як органічна та екологічно безпечна продукція, що з'являється першою навесні. Лідером з вирощування спаржі в Україні є Херсонська область. Для професійного вирощування використовують тільки саджанці гібридів, оскільки селекційні компанії гарантують, що це на 99-100% чоловічі гібриди, що мають більшу продуктивність. У несезонний період вигонку спаржі проводять у теплицях і парниках, надранню продукцію – у тимчасових плівкових укриттях. Дана інвестиція розрахована на перспективу – врожай можна збирати впродовж 10–12 і до 15 років. Перший урожай збирають з трьохрічних рослин, зрізують молоді пагони довжиною 17–27 см, товщиною 1,5–2,5 см [4, с. 95]. У Державний реєстр сортів рослин занесені гібриди F₁ Гійнлім, Гролім, Баклім, Бахус, Кумулюс₁, Пріус, Сигнус, що придатні для вирощування білої та зеленої спаржі [5, с. 401].

Мета досліджень – дослідити адаптивний потенціал нових гібридів спаржі за краплинного зрошення на півдні України.

Матеріали та методика досліджень. Дослідження проводили у 2018–2021 рр. на дослідному полі Інституту кліматично орієнтованого сільського господарства НААН України (Херсонська обл.). Грунт дослідної ділянки темно-каштановий, середньосуглинковий, слабосолонцюватий. Вміст гумусу в орному шарі (0-30 см) складав 2,14%, загального азоту – 2,24%, рухомого фосфору й обмінного калію – відповідно 62 і 323 мг/кг абсолютно сухого ґрунту. У досліді вивчали гібриди F₁ Гійнлім, Гролім, Баклім. Площа облікової ділянки 10 м². Саджанці були висаджені у глибокі траншеї 20 листопада 2018 р. Схема висаджування широкорядна, з шириною міжряддя 2,2 м, відстань між рослинами у рядку – 20 см. Дослідження проводили за умов краплинного зрошення. Проливи призначалися за рівня передполивної вологості ґрунту 70–75%. Восени після зрізання стебел було проведено підгортання рослин ґрунтом для кращої їх перезимівлі.

Результати досліджень. За результатами фенологічних спостережень впродовж 2018–2019 рр. встановлено, що відростання пагонів у гібридів Гійнлім, Гролім відбувалось на 2-4 доби раніше, ніж у Баклім. На відростання пагонів значний вплив має температура повітря. В умовах 2019 року початок відростання пагонів у гібриду Гійнлім відзначено 7 квітня, Баклім – 11 квітня. Приживлення саджанців найменшим було у гібриду Гійнлім (96,2%), найбільшим – у Баклім (98,0%). Погодні умови зимового періоду 2018–2019 рр. були сприятливими для рослин спаржі. Середньодобова температура повітря у грудні була 0,5°C, у січні – 0,6°C, у лютому – 1,9°C. Середня багаторічна норма складає відповідно: –2,0°C, –3,2°C, –2,6°C. Опадів випало відповідно: 50,3; 40,2; 9,8 мм. У 2019 році (третій рік культури) врожай не збирали. Рослини спаржі сформували від 5 до 8 пагонів. Впродовж літа відбувалось інтенсивне наростання вегетативної маси. Висота рослин становила 1,0–1,3 м. Відомо, що для формування високої врожайності рослини спаржі повинні мати достатню вегетативну масу, щоб накопити пластичні речовини у кореневищах [6, с. 157].

В умовах 2019–2020 рр. осіння вегетація рослин спаржі тривала до кінця грудня. Середня багаторічна дата переходу температури повітря через 0°C -1 грудня. Середньодобова температура повітря у грудні була 4,3°C, у січні – 0,9°C, у лютому – 2,6°C. У березні опадів випало 6,2 мм (норма 26,0 мм). Весною стійкий перехід температури повітря через 5°C відзначено 27 березня, що на два тижні пізніше норми. Середня температура квітня була на 0,2°C, в травні – на 1,3°C нижче середньо багаторічних значень. За результатами фенологічних спостережень початок відростання пагонів у гібриду Гійнлім відзначено 2 квітня, у Гролім – 3 квітня, у Баклім – 5 квітня. У наших дослідженнях період збору врожаю товарних пагонів тривав чотири тижні. Загальний врожай у гібриду Гійнлім становив 875 кг/га, Гролім – 903 кг/га, Баклім – 920 кг/га. Товарність відповідно 70,2; 73,0; 74,3%. Біометричні показники на час закінчення вегетації рослин: висота рослин 1,41–1,55 см, кількість стебел – 7–11 шт.

В умовах 2020–2021 рр. у березні спостерігалось два різких похолодання: мінімальна температура повітря знижувалась до 9,2 морозу, опадів випало 38,5 мм (норма 26,0 мм). Середня температура квітня була на 1,1°C нижче багаторічної. Опадів випало 41,4 мм, що становить 126% норми. Прохолодна та дощова погода затримала початок відростання пагонів спаржі на два тижні. У травні пройшли рясні дощі – 97,7 мм (норма 45,0 мм), опади мали зливовий характер. За червень випало 89,2 мм опадів, що складає 198% норми. Навесні 2021 р. відновили вегетацію 97% рослин гібриду Гролім, Гійнлім – 94%, Баклім – 91%. Спостереження за проходженням основних фенологічних фаз показали, що масове відростання молодих пагонів відзначено у гібриду Гролім 30 квітня, у Гійнлім – 28 квітня та Баклім – 27 квітня. Масове цвітіння рослин спостерігалось 31 травня-3 червня, формування плодів – 23-27 червня. Урожайність молодих пагонів гібриду Баклім становила 1,57 т/га, що на 27,6%, а у гібриду Гролім F₁ – на 11,4% більше, ніж у гібриду Гійнлім. Найбільшою товарністю пагонів відзначився гібрид Баклім – 81,1%. На ділянках гібриду Гролім відзначено формування більшої кількості пагонів товщиною менше 1,5 см. Біометричні показники на час закінчення осінньої вегетації висота рослин становила 1,70–1,92 см, кількість стебел – 6–9 шт.

Висновки. Аспарагус є перспективною овочевою рослиною і рекомендується для розширення асортименту вирощування і споживання овочевих видів рослин. Нашими дослідженнями встановлено, що в зрошуваних умовах півдня України гібриди спаржі голландської селекції Гійнлім, Гролім, Баклім мають високий адаптивний потенціал. Навесні відновили вегетацію 91–97% рослин. На ріст і розвиток рослин значний вплив мають погодні умови. Найбільшою врожайністю пагонів на третій рік вирощування відзначився гібрид Баклім. Гібрид Гролім формував більшу кількість пагонів за зменшення їх середньої маси.

Список використаних джерел

1. Benson, V.L. The World's Asparagus Production Areas, Spear Utilization, Yields and Production Period. *Acta Horticulture*. 2008. Vol. 776. P. 495–507.
2. Улянич О.І., Вдовенко С.А., Ковтунюк З.І., Кецкало В. В., Слободяник Г.Я., Воробйова Н.В., Сорока Л.В. Кравченко В.С. Біологічні особливості вирощування

малопоширених овочів: навч. посібн. /За ред. О.І. Улянич. Умань: «Візаві», 2018. 278 с.

3. Viera-Alcaide I., Hamdi A., Rodríguez-Arcos R., Guillén-Bejarano R. and Jiménez-Araujo A. Asparagus Cultivation Co-Products: From Waste to Chance. *J. Food Sci. Nutr.*, 2020. Vol.6(1).P. 57–63.

4. Косенко Н.П., Бондаренко К.О. Урожайність якості пагонів спаржі за краплинного зрошення на півдні України. *Зрошуване землеробство*. збірник наукових праць. Херсон: «ОЛДІ ПЛЮС». 2022. Вип. 77. С. 94–98.

5. Державний реєстр сортів рослин, придатних до поширення в Україні. Київ: «Держкомстат України», 2022. 452 с.

6. Knaflowski M., Kaluzewicz A., Chen W., Zabrowska A., Krzesinski W. Suitability of Sixteen Asparagus Cultivars for Growing in Polich Environmental Conditions. *J. of Hort. Res.*, 2014. Vol. 22(2). P. 151–157.

УДК 633.16:631.55:631.811.98(477.7)

ПРОДУКТИВНІСТЬ СОРТІВ СУНИЦІ САДОВОЇ ЗАЛЕЖНО ВІД СПОСОБУ ПІДГОТОВКИ РОЗСАДИ В УМОВАХ ЗРОШЕННЯ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ

ГЕННАДІЙ КАРАЩУК

Херсонський державний аграрно-економічний університет, Україна

Для забезпечення населення свіжими ягодами суниці тривалий час (1-1,5 місяці) важливе значення має підбір сортів різного строку досягання.

На сьогодні у виробництві найбільш цінними є сорти, у яких дружна віддача врожаю, що дозволяє скоротити число вибірок. Ягоди починають дозрівати через місяць після цвітіння. Дозрівання продовжується 30 днів, залежно від сорту, віку насаджень і метеорологічних умов. Ягоди збирають через 1 – 2 дні, за мірою їх дозрівання.

У той же час, одним з найважливіших факторів отримання високих урожаїв суниці є виробництво високоякісного здорового посадкового матеріалу. Воно включає три основних технологічних моменти: отримання здорової, вільної від вірусів розсади, холодне зберігання та вирощування розсади в маточних насадженнях.

Це один з основних і найбільш важливих елементів сучасних технологій вирощування ягідних культур. Для оздоровленого сучасними методами посадкового матеріалу характерна підвищена сила росту, завдяки чому рослини значно раніше вступають в плодоношення і забезпечують швидку окупність витрат на їх придбання. Відмінна якість посадкового матеріалу гарантує високу приживаність всів, тривале життя насаджень і високий врожай ягід.

Отримання високих урожаїв суниці садової багато в чому залежить від умов закладання і розвитку квіткових бруньок. Тривалість плодоношення залежить від сорту, погоди і агротехніки.

Продуктивність сортів суниці садової залежно від способу підготовки розсади при краплинному зрошенні вивчали в польових дослідах, які проводили згідно методик дослідної справи упродовж 2017-2019 рр. в умовах Білозерського району Херсонської області. Дослід двофакторний. Схема досліду: фактор А (сорт) – ранньостиглі: Алба, Вайбрант; середньостиглі – Соната, Аліна; пізньостиглі – Факел, Флоренс; фактор В (спосіб підготовки розсади) – свіже заготовлена – контроль; вкорінена в горщечках; «фріго». Повторність досліду чотириразова, облікова площа ділянки останнього порядку - 20 м².

Агротехніка вирощування культури в польовому досліді загальноприйнята для умов зрошення Півдня України, за виключенням факторів, які досліджували. Висаджували рослини вручну згідно схеми досліду. Збирання врожаю у середньому за два роки досліджень починали в першій декаді травня і здійснювали вручну до третьої декади червня. Всього по кожному сорту на кожній ділянці було проведено 6 вибірок.

Погодні умови в роки проведення досліджень повною мірою відобразили метеорологічну характеристику Півдня України, що дозволило одержати достовірні експериментальні дані, сформувані висновки і дати рекомендації виробництву для даних умов.

Результати наших досліджень показали, що спосіб підготовки розсади впливає на показники плодоношення сортів суниці садової

Застосування способу підготовки розсади «фріго» збільшує кількість квіток на одній рослині у середньому за 2018-2019 рр. у ранньостиглих сортів на 0,4-0,7, середньостиглих – 0,4-0,5, пізньостиглих 0,9-1,0 шт., а вкоріненої в горщечках відповідно – 1,0-1,1, 0,9-1,0 та 1,4-1,5 шт.

Так, найбільшою кількістю квіток на одній рослині була у ранньостиглій групі у сорту Вайбрант 5,7-6,7 шт., середньостиглій – Аліна 6,1-7,1, пізньостиглій – Факел 6,6-8,0 шт. залежно від способу підготовки розсади. Середня маса ягоди по всіх зборах найбільшою була у ранньостиглій групі у сорту Вайбрант 25,5-29,4, середньостиглій – Аліна 29,5-32,2, пізньостиглій – Факел 33,0-33,3 шт. залежно від способу підготовки розсади.

Маса ягід з однієї рослини найбільшою була при застосуванні способу підготовки розсади вкорінена в горщечках та при вирощуванні ранньостиглого сорту Вайбрант – 191,2, середньостиглого Аліна – 222,0, пізньостиглого Факел – 261,2 г.

Наші дослідження показали, що застосування способу підготовки розсади «фріго» збільшує урожайність суниці садової у середньому по сортах за 2018-2019 рр. на 13,2 – 18,1 % порівняно з контролем (свіже заготовлена розсада), а при висаджуванні вкоріненої в горщечках розсади даний показник збільшується відповідно на 24,5 – 29,1 %.

Найвищу урожайність у середньому за 2018-2019 рр. досліджень сформував у ранньостиглій групі сорт Вайбрант 10,7-13,7, середньостиглій – Аліна 12,5-15,9, пізньостиглій – Факел 15,1-18,7 т/га залежно від способу підготовки розсади.

Нами було проведено аналіз біохімічних показників ягід суниці садової. Так, дослідженнями встановлено, що сума цукрів незначно змінювалась залежно від способу підготовки розсади.

Серед сортів суниці садової найбільшим даний показник у середньому за 2018-2019 рр. був у ранньостиглого сорту Вайбрант – 7,0-7,1, середньостиглого Аліна 7,7-7,9, пізньостиглого Факел 7,8-8,0%. Не впливав спосіб підготовки розсади і на інші біохімічні показники ягід суниці садової. Найбільшим вміст вітаміну С та розчинних сухих речовин були у вказаних сортів – відповідно 68,3-68,4, 71,7-72,0, 72,3-72,9 мг% та 8,4-8,7, 8,5-8,9, 10,2-10,4%.

Загальна кислотність найменшою була серед ранньостиглих сортів у сорту Вайбрант – 0,94-0,97, середньостиглих Аліна – 0,74-0,77, пізньостиглих – Факел – 0,73-0,74 % залежно від способу підготовки розсади.

Таким чином, в умовах зрошення Півдня України для одержання врожайності суниці садової на рівні 13,7-18,7 т/га з високими показниками якості ягід для споживання їх у свіжому вигляді упродовж сезону та для переробки, рекомендується вирощувати ранньостиглий сорт Вайбрант, середньостиглий Аліна та пізньостиглий Факел і використовувати розсаду вкорінену в горщечках.

УДК 338.4:633.8

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ВИРОБНИЦТВА ОЛІЙНИХ КУЛЬТУР В УКРАЇНІ

ЛАРИСА КАЛАЧЕВСЬКА¹, ЮЛІЯ ГОЛІНАЧ²

¹Сумський національний аграрний університет, Україна

²Університет прикладних наук Вайєнштефан-Тріздорф, Німеччина

Сільськогосподарський сектор зазнає швидких змін, щоб адаптуватися до різної динаміки в нашому суспільстві: постійно виникають нові дискусії щодо майбутнього та наступних подій у цьому секторі. Продовольча безпека є важливим аспектом для підвищення якості життя населення світу, оскільки споживання їжі є основною потребою людини. Основним показником, що характеризує стан продовольчої безпеки України є забезпеченість раціону людини основними видами продуктів і запасом продовольчих ресурсів.

Сьогодні в усьому світі через різке зростання цін на викопну енергію та загрозу виснаження її запасів все більше уваги приділяється використанню енергії, накопиченої рослинами за допомогою фотосинтезу, для задоволення харчових та технологічних потреб. Основні культури у світі з яких виробляється олія: пальма, ріпак, соняшник та соя. За останні десятиліття площа вирощування цих культур значно розширилася. Причиною цього є зростання попиту на рослинну олію та побічні продукти її виробництва, а також інші можливості використання.

З одного боку, олійні культури служать сировиною для виробництва рослинних олій, які використовуються для харчування людини, а також для технічного та енергетичного використання. З іншого боку, такі побічні продукти, як макуха та шрот, які утворюються під час екстрагування рослинних олій, в основному використовуються як білковий корм у тваринництві. Щороку в усьому світі докладаються великі зусилля, щоб задовольнити постійно зростаючий попит

на олії та шрот. Для виробництва біопалива високий попит на рослинні олії має енергетичний ринок. Значне підвищення цін на рослинні олії також пов'язане з цінами на енергоносії, особливо тому, що в багатьох країнах світу реалізуються амбітні проекти з просування альтернативних видів палива. Зростаюча нестабільність ринкової структури викликає короточасні зміни в балансі пропозиції та потоці товарів.

За попередніми розрахунками загальний урожай основних олійних культур в Україні у 2023/24 МР буде становити близько 19,484 млн тонн, що на 8,1% (на 1,467 млн тонн) перевищить показник поточного сезону (18,018 млн тонн). Такий прогноз озвучила асоціація Укроліяпром. Як зазначається, головним фактором вказаного зростання буде розширення посівної площі, яка оцінюється майже у 8,74 млн га (+11,7% до показника 2022/23 МР), тоді як середня врожайність олійних дещо знизиться – на 3,%, до 22,3 ц/га.

У розрізі окремих культур наступного сезону очікується збільшення виробництва соняшнику – на 6,5%, до 11,813 млн тонн. Посівні площі під культурою збільшаться до 5,668 млн га (+9,7%), тоді як урожайність зменшиться до 20,8 ц/га (-3,3%). Ріпаком у 2023/24 МР буде засіяно 1,345 млн га (+20,2%), з яких при середній урожайності 26,5 ц/га (-9,3%) планується зібрати 3,564 млн тонн насіння (+9,%). Найбільше виробництво в процентному вимірі очікується по сої – на 12,2%, до 4,07 млн тонн. Це буде зумовлене як збільшенням посівних площ (на 11,9%, до 1,726 млн га), так і незначним підвищенням урожайності олійної культури (на 0,4%, до 23,8 ц/га).

Незважаючи на геополітичні зміни та вимушену реконструкцію основних торгових шляхів, Україна залишається одним із основних постачальників олійно-жирової продукції на зовнішні ринки, і особливо на ринок Європи. При цьому відбувається помітне зміщення поставок в бік експорту олійної сировини. Так, сумарно за липень-січень 2022/23 МР з України до ЄС було відвантажено 5,4 млн тонн олійних культур, з яких майже 55% припало на ріпак, 28% - на соняшник та 17% - на сою. На частку нішевих олійних, яка суттєво знизилася, припадає менше 1%, що відбулося не тільки на тлі збільшення експорту основних олійних, але й внаслідок скорочення їх виробництва в 2022 р., оскільки значна частка площ була зосереджена на півдні України.

Стрімкі темпи зростання споживання та попиту на рослинні жири призвели до різкого перерозподілу посівних площ на користь групи олійних культур, де головну роль відігравав соняшник, ще в першому десятилітті нинішнього століття. І сьогодні вона залишається однією з найрентабельніших культур. Як зазначив перший заступник міністра аграрної політики та продовольства України міжнародні ринки готові споживати більше олійних культур з України. Тому додатково вирощений урожай піде на експорт. Крім того, логістика олійних культур вигідніша, адже тонна олійних культур коштує дорожче, а витрати на транспортування такі ж, як і для тони зернових культур.

Зважаючи на переорієнтацію аграріїв, український уряд також вирішив збільшити експорт перероблених олійних культур. 6 вересня 2022 року уряд України підписав угоду з урядом Польщі про будівництво унікального трубопроводу для транспортування української рослинної олії до Гданська. В

основі цього проекту лежить ідея експорту рослинної олії з польських портів до третіх країн.

Подальший успішний розвиток олієвих культур можливий при розвитку стратегічних напрямків діяльності з використанням інновацій заснованих на науково-технічних перевагах та моніторингу потреб ринку.

Як зазначається, велику увагу слід приділяти організаційним -технічним факторам внутрішнього середовища сільськогосподарського товаровиробника. У зв'язку зі зміною кліматичних умов поступово змінюється і техніка вирощування продовольчих культур. Зміни в техніці вирощування передбачають перехід на нову агротехніку, яка забезпечує водозберігаюче землеробство. Без державної підтримки аграрного виробництва фермерським господарствам неможливо досягти якісного та кількісного перетворення врожаю. Тобто пряма державна підтримка переходу господарств на новітні системи технології вирощування є запорукою збільшення виробництва продовольчих культур в Україні та їх експортного потенціалу.

Напад Росії на Україну створює величезні ризики для всього світу. Збір врожаю більше неможливий принаймні на 20-30% сільськогосподарських угідь, тисячі квадратних кілометрів землі заміновані, порти та нафтопереробні заводи закриті, критична інфраструктура сильно пошкоджена. Експорту сільськогосподарської продукції, як у попередні роки, очікувати не можна. Це все може призвести не лише до глобальної економічної кризи через зростання цін на світовому ринку, а й передусім до гуманітарної катастрофи в менш розвинених країнах, залежних від імпорту сільськогосподарської продукції з України.

Очікується, що в майбутньому попит на рослинні олії зросте, оскільки серед відновлюваної сировини навряд чи є альтернативи, з яких можна виробляти як олію, так і білковий корм. Крім того, спостерігається відхід від викопного палива, особливо в західному світі. Тому можна очікувати, що попит на паливо, виготовлене з рослинної олії, продовжить зростати.

Список використаних джерел

1. Projektarbeit Ölpflanzenproduktion - ein globaler Vergleich : Verwertungsmöglichkeiten, Ökonomie und Ökologie (2022) URL: https://opendata.uni-halle.de/bitstream/1981185920/96425/1/Projektarbeit_Klankermeier_Wagner_%C3%96lpflanzen.pdf
2. Dieter Thomaschewski Zukunftsfähige Agrarwirtschaft (2023)
3. Васильковська К. (2021) Тенденції та перспективи виробництва олійних культур в Україні й аналіз експорту олії. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichnyi-hektar/item/20517-tendentsii-ta-perspektyvy-vyrobnytstva-oliinykh-kultur-v-ukraini-i-analiz-eksportu-olii.html>
4. Werner Schmid; Petra Kubitz (2023) Ölsaaten und Eiweißpflanzen. URL: https://www.lfl.bayern.de/mam/cms07/iem/dateien/by_03_%C3%96lsaaten-bf.pdf
5. Міністерство аграрної політики та продовольства України (2022) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://minagro.gov.ua/news/ukrayina-zmozhe-transportuvati-truboprovodom-dogdanska-do-2-mln-tonn-oliyi-na-rik>

6. Виробництво олійних в Україні наступного сезону збільшиться майже на 1,5 млн тонн – Укроліяпром [Електронний ресурс].Режим доступу : Agravery.com

7. Високі темпи експорту можуть стати одним із факторів росту площ під олійними культурами в Україні[Електронний ресурс].- Режим доступу :

<https://dia.dp.gov.ua/visoki-tempi-eksportu-mozhut-stati-odnim-iz-faktoriv-rostu-ploshh-pid-olijnimi-kulturami-v-ukra%D1%97ni/>

УДК 338.434:631.16

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРАХОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

СВІТЛАНА ВЛАСЮК

Уманський національний університет садівництва, Україна

Російсько-українська війна серйозно вплинула на страхову діяльність, різних галузей: морський транспорт, авіація, кібернетика, кредитування, порушення ланцюгів поставок, страхування аграріїв, майна та особистих збитків. Роль і місце вітчизняного ринку страхування знаходиться на стадії активного розвитку, яка передбачає певний перелік проблем. Ринкова трансформація економіки зумовлює підвищення ролі страхового ринку, визначає необхідність створення дієвої системи страхового захисту з метою забезпечення стабільності розвитку та ефективності економічних відносин, підвищення рівня життя населення, соціальної стабілізації. Перед страховими компаніями виникає дуже багато викликів, які потребують якнайшвидшого вирішення

Як одна з основних складових національної економіки України, сільське господарство є одним із основних фінансових джерел економіки від експортних надходжень. У свою чергу агрострахування є важливим інструментом у системі земельної політики. Непередбачуваність природних умов та мінливість обсягів збору врожаїв є основними факторами, що впливають на рівень доходів сільськогосподарських товаровиробників. Продукція страхування допомагає мінімізувати наслідки несприятливих обставин і подій. Проте, навіть завдяки стрімкому розвитку аграрного сектора, агрострахування займає низьке місце в загальній системі страхування. Сільгосптоваровиробники охочіше страхують техніку, ніж саму продукцію, особливо зараз.

Страхова діяльність для аграріїв, є таким же фінансовим інструментом, як, зокрема і банківська послуга з усіма наслідками, що впливають на обов'язки та відповідальність сторін учасників процесу.

Агробізнес містить багато різноманітних ризиків, і потребує страхового захисту від настання негативних наслідків, тобто є попит на страхові послуги, відповідно, і страхові компанії повинні мати клієнтів, які займаються агробізнесом. Однак, як засвідчує практика, аграрії не поспішають звертатися до страхових компаній, і для цього є певні причини: негативний попередній досвід

роботи із страховими компаніями; невеликі страхові виплати на випадок настання негативних подій; складність отримання страхових виплат та ін. [1].

Зважаючи на стрімкий розвиток аграрного бізнесу в Україні, його значні фінансові ресурси, й велику кількість ризиків, страхування постає необхідністю. Нині, українські страхові компанії пропонують агробізнесу найрізноманітніші види страхування.

Варто зазначити, що на сьогодні страхування сільськогосподарської продукції може бути тільки добровільним. На це прямо вказується в п.22 ст.6 Закону України «Про страхування» [2] та п. 3.22 Характеристики та класифікаційні ознаки видів добровільного страхування [3]. Сільгосптоваровиробник приймає рішення про доцільність страхування, спираючись виключно на свою оцінку ризиків, страх втратити урожай і на свої фінансові можливості.

Доречно також згадати в цьому контексті про участь держави в питаннях агрострахування. В Україні запроваджується система страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою: Закон України «Про особливості страхування сільськогосподарської продукції з державною підтримкою» від 24.07.2021 року [4]; Постанова КМУ «Про затвердження Порядку надання державної підтримки страхування сільськогосподарської продукції» від 12.02.2022 року [5].

Державна підтримка у даній сфері є надзвичайно важливою. Тому що аграрний інститут є вразливим до навколишніх умов. Страхування майбутнього врожаю могло б значно зменшити ризики для аграрного бізнесу. На жаль, у нашій країні, відповідно до статистики, застрахованими є лише трохи більше 5% земель сільськогосподарського призначення. Коли ми порівнюємо український ринок із міжнародним, то лідером в агрострахуванні є США – 90% господарств застраховані. Навіть, з наявністю державної підтримки та програм страхування, воєнне сьогодення вносить свої корективи [6].

Отже, можна зробити висновок, що інститут агрострахування в Україні тільки запроваджується, попит на агрострахування лише зростатиме. Це є ефективним захистом агробізнесу. У найближчі часи це стане важливим та обов'язковим питанням. Для цього страховим компаніям потрібно відповідати вимогам такого попиту, намагатися задовольняти потреби своїх клієнтів в аграрній сфері й повертати довіру. Товаровиробникам потрібно бути уважним у цій сфері та відразу реагувати на зміни, так як агропромисловий інститут є дуже специфічним та залежним від нових тенденцій.

Список використаних джерел

1. Миколасюк Р. Страхування в агробізнесі. *ЮРИСТ&ЗАКОН*. URL: https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA013104
2. Про страхування : Закон України від 7 березня 1996 року № 85/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80#Text>
3. Характеристика та класифікаційні ознаки видів добровільного страхування : Розпорядження від 09.07.2010 № 565. Міністерство юстиції України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1119-10#Text>
4. Про особливості страхування сільськогосподарської продукції з

державною підтримкою: Закон України від 24.07.2021 року. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/T124391?an=1>

5. Про затвердження Порядку надання державної підтримки страхування сільськогосподарської продукції : Постанова КМУ від 9 грудня 2021 р. N 1342. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/KP211342?an=1>

6. Величко А. Як працює агрострахування в Україні. URL: https://biz.ligazakon.net/analytics/214109_yak-pratsyu-agrostrakhuvannya-v-ukran

УДК 631/635:005.412-026.16]658.589(043.2)

ІННОВАЦІЇ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ: ПРЕДСТАВЛЕННЯ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ, МЕТОДІВ ТА ПІДХОДІВ ДО ВИРОБНИЦТВА, ЗБЕРЕЖЕННЯ РЕСУРСІВ

ГАЛИНА АПЕЛЬТ, АНГЕЛІКА ЗАУЕР

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

Сільське господарство є сектором економіки багатьох країн, в тому числі і України, і інновації в цій галузі можуть допомогти покращити врожай, забезпечити продовольство, зменшити вплив на довкілля та зберегти ресурси.

Розв'язана Росією війна завдає Україні колосальної шкоди. За оцінками KSE Institute та партнерів лише прямі втрати від фізичних пошкоджень інфраструктури сягають \$127 млрд та постійно зростають.

За їхніми оцінками, через бойові дії повністю або частково зруйновані понад 84 тис. одиниць техніки і устаткування. Їхня вартість оцінюється у \$2,9 млрд. Це 44% від усіх фізичних пошкоджень завданих агресором нашому агросектору[1].

За оцінками Агроцентру KSE, у результаті російського вторгнення було знищено або викрадено 2,8 млн тонн зернових і 1,2 млн тонн олійних культур минулорічного врожаю, загальною вартістю \$1,87 млрд.

Орієнтовна вартість ремонту пошкоджень та заміни зерносховищ наближається до \$1,1 млрд.

Також окупанти знищували та привласнювали паливо, мінеральні добрива та засоби захисту рослин на \$95 млн.

Отже, згідно з останніми розрахунками аналітиків KSE Агроцентр і Мінагро, вартість пошкоджень, яких агросектор зазнав від агресії РФ, становить \$6,6 млрд.

Ця сума складає 23% від усієї вартості активів українських сільгосподарств. Тобто, майже чверть українського агросектору зруйновано.

Та попри непросте становище, багато сільгоспвиробників продовжують сіяти, збирати, підживлювати та працювати [1].

У майбутньому процвітання та розвитку сільського господарства нашої країни стануть в пригоді наступні технології:

Сільськогосподарські дрони: однією з нових технологій у сільському господарстві є використання дронів. Сільськогосподарські дрони можуть бути використані для моніторингу врожаїв, оцінки родючості ґрунту, виявлення хвороб та шкідників, розмноження пестицидів та добрив, а також для поливу рослин.

Вони не можуть зменшувати витрати на робочу силу, виконувати завдання швидше та ефективніше, а також зменшувати вплив на навколишнє середовище [3].

Прецизійне землеробство: інновації в сільському господарстві включають також використання прецизійного землеробства. Це включає використання сучасних технологій, таких як глобальні позиційні системи (GPS), датчики, картографування та аналітика даних для більш точного виробництва рослин. Прецизійне землеробство дозволяє визначати оптимальні дози добрив та пестицидів, виробляти плани поливу на основі вологи.

Генетична модифікація рослин: інновації в галузі генетичної модифікації можуть створити більшу стійкість до хвороб та шкідників сортів рослин, які мають вищий врожайний потенціал. Генетично модифіковані рослини можуть також мати покращені характеристики, такі як підвищена харчова цінність або довший термін зберігання. Це може допомогти забезпечити стабільне виробництво продуктів харчування та зменшити втрати врожаю.

Використання системи збереження сучасних вод: одним із важливих аспектів сільського господарства є ефективне використання водних ресурсів. Інновації в цій галузі включають використання систем збереження води, як крапельний полив, мульчування, системи збереження дощової води та ін. Ці системи не дозволяють ефективніше використовувати воду, зменшувати втрати внаслідок випаровування та забезпечувати стабільне зростання рослин.

Використання віртуальної реальності та інших технологій у навчанні: використання віртуальної реальності та інших технологій, таких як симулятори, дозволяє виробникам навчатися новим технологіям, методам та підходам до виробництва на полі. Це дозволяє швидше впроваджувати інновації в сільське господарство та досягти рівня навичок сільських виробників.

Розвиток екологічної сільської господарської практики: застосування екологічної сільськогосподарської практики, такої як органічне виробництво, агроекологічні підходи, включає в себе використання сталих методів та підходів до виробництва, збереження ресурсів.

Використання агротехнологій в енергетичному секторі: сільське господарство може використовувати агротехнології в енергетичному секторі, такі як біогазові установки, сонячні панелі, вітрові турбіни та інші відновлені джерела енергії. Це дозволяє сільським виробникам забезпечити енергетичну самодостатність, знизити витрати на енергію та вплив на навколишнє середовище.

Використання розумних систем управління ресурсами: розумні системи управління ресурсами, такі як системи моніторингу вологості обґрунтовані, системи поливу за потребою, системи управління внесенням добрив, можуть ефективно використовувати воду, добрива та інші ресурси. Це зменшить витрати, мінімізує вплив на довкілля та забезпечує ефективне виробництво.

Сільське господарство є однією з найстаріших галузей господарства, але вона також може бути дуже інноваційною та передовою. Інновації в сільському господарстві можуть допомогти вирішувати важливі проблеми, такі як забезпечення продовольства, збереження родючості підстав, ефективніше використання ресурсів та зниження впливу на навколишнє середовище [3].

Сталий розвиток сільського господарства світу необхідно вивчати в глобальному, національному, регіональному і місцевому вимірах. Глобалізація сталого розвитку передбачає питання такого характеру, як:

- зміна клімату, обмеженість і виснаження природних ресурсів;
- запобігання голоду, розвиток екологічно безпечних агротехнологій, виготовлення екологічно чистої сільськогосподарської продукції;
- політична стабілізація у світі і консолідація зусиль світового співтовариства з метою запобігання руйнуванню природного середовища;
- розроблення нових агротехнологій і екологічно прийнятних технічних засобів, адаптованих до природоохоронних вимог, трансферт агротехнологій, а також технологій збору, перевезення і збереження виробленої продукції, розвиток екологічної інфраструктури;
- формування масової екологічної свідомості, багаторівнева екологічна освіта, обумовлена вимогами виробництва, суспільними відносинами, станом науки, техніки і культури [2].

Отже, можна зробити заключення, що у контексті існування необхідності нарощування обсягів виробництва та рівня конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції одним із перспективних напрямів розвитку аграрних підприємств у світі є використання інноваційних підходів до здійснення господарської діяльності в сільському господарстві.

Список використаних джерел

1. Цілі Сталого Розвитку: Україна. Національна доповідь 2022. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України.
2. Eco-innovation in Industry: Enabling Green Growth. OECD, 2021. [Електронний ресурс]. - Доступний з: <www.oecd.org>. – С. 26
3. Нові «зелені» технології для обробної промисловості. ЮНІДО, 2020. Переклад з англ.: Emerging Green Technologies for the Manufacturing Sector. [Електронний ресурс]. – Доступний з: <www.unido.org>. – С. 14–15.

UDK 639

SHRIMP FARMS IN THE DEVELOPMENT OF THE AGRICULTURAL MARKET IN THE UKRAINE

VALERIYAGRUZDOVA, YUVITAKOLOSHKO

National university of civil defence of Ukraine

The Ukrainian shrimp market is currently growing, despite all circumstances, is growing, but it is filled mainly with imports. That is why it is a promising segment for domestic producers to enter. Their main advantages will be low prices for relatively high quality product and much higher consumer properties of fresh shrimp compared to their compared to their frozen foreign counterparts. Shrimp farms have recently emerged in different countries around the world – this is a kind of trend now. Such enterprises can grow an environmentally friendly product in the planned volumes and avoid the risks associated with marine fishing. According to the United Nations Food and Agriculture

Organisation (FAO), today 60 % of shrimp on the global market are caught by the fishing industry, and 40 % are grown on specialised farms.

The world's shrimp farming business is divided into three stages. Organisations that grow genetic material, improve breed characteristics and sell the breeding stock. Other organisations buy it and grow the larvae that they sell. The third business is farms that grow commercial products. In Ukraine and the EU, shrimp farms are designed in such a way to ensure that the entire cycle is completed within one enterprise. There is almost no supply of fresh shrimp on the Ukrainian market in the required volumes. Its traditional growing regions are Southeast Asia and Central America. Ukraine imports shrimp from different countries. What its quality is not always known to consumers. Ukraine does not yet have proper control, there is no research into whether the shrimp was fed with natural or artificial feed. For Ukrainian consumers, the most useful and high-quality product is fresh shrimp grown in Ukraine. We deliver fresh shrimp from the fishing grounds can only be delivered by air, so this products are too expensive for Ukrainian consumers. Therefore, the construction of shrimp farms in Ukraine, both large industrial enterprises and farms with not too much capacity, is a promising direction in agricultural development of the country.

The entry of a Ukrainian producer into the market will boost demand for fresh chilled shrimp. The availability of fresh product will create additional demand without affecting the interests of market players. Compared to the highest quality frozen shrimp, fresh shrimp from Ukrainian produced in Ukraine will cost the same or a few per cent cheaper, making it easy for consumers to switch to fresh shrimp. Ukraine has a number of advantages for shrimp farming compared to traditional countries for this crustacean. First and foremost, it is close to the EU, which allows for relatively cheap and fast delivery of fresh products to consumers relatively cheaply and quickly. Electricity and hired labour in Ukraine are much cheaper than in the EU, which allows for a business with high profitability.

The shrimp business is not highly knowledge-intensive and does not require complex technological processes and significant investments, however, due to stable income, allows us to consider it as a promising type of activity. Shrimp farming is characterised by good opportunities for scalability and a wide range of start-up capital requirements. The giant freshwater (Malaysian) shrimp is the easiest to adapt to domestic climatic conditions. Freshwater (Malaysian) shrimp, which reaches a natural length of 30-32 cm. The advantages of this species are unpretentiousness, omnivorousness and high fertility. In the process of growing, the shrimp requires almost no salt water. water and grows rapidly in artificial pools, reaching a marketable weight of 25-30 g in four months and 80-100 g in a year, which greatly simplifies its industrial farming. The main negative aspect of shrimp farming as a business is insufficient or complete lack of information on the technology of growing, feeding and reproduction, which means that many operations have to be mastered intuitively or by trial and error.

Shrimp farms are a rather unusual business for domestic climatic conditions: the amount of practical experience sufficient to formulate universal recommendations has not yet been accumulated.

СТАЛИЙ РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ

КАТЕРИНА БОГОМОЛОВА

Державний біотехнологічний університет, Україна

Забезпечення сталого розвитку аграрного сектору економіки базується на реалізації його багатофункціональної місії в цілому та гармонізації основних складових (економічної, соціальної та екологічної) зокрема.

Війна в Україні має глобальні наслідки для агровиробництва. Через зруйновані ланцюги постачання, трудову міграцію, обмеження доступу до обладнання, палива, а також безпосередньо бойові дії, Україна не може продовжувати експорт частини продовольства, а у світі вже зараз рекордно зросли ціни на продукти та добрива.

Особливістю економічного забезпечення сталого розвитку аграрної сфери під час війни має стати пріоритетність сільських домогосподарств, дрібних фермерів та малих сільськогосподарських підприємств у програмах підтримки на державних та міжнародних рівнях.

Агрохолдинги, маючи величезні можливості в мирний час, виявились нездатними забезпечити експорт агропродукції через руйнування та блокування логістичних центрів під час війни. До повномасштабного вторгнення майже 85% аграрної продукції експортувалось морським шляхом через порти Азовського та Чорного морів.

Під час війни відбулось посилення експорту через залізницю, автотранспортом та портами Дунаю.

Стає очевидним, що для забезпечення світової продовольчої безпеки пріоритетом для держави мають стати дрібні сільгоспвиробники з короткими виробничими ланцюгами, які дотримуються агроекологічних принципів та є більш сталими й відповідальними відносно місцевих громад і довкілля [1].

Агропромисловий сектор та харчова промисловість посідають головне місце в світовій економіці, маючи особливе значення для країн, що розвиваються. Саме тому інвестиції в сільське господарство мають один з найкращих ефектів, сприяючи економічному росту, підвищенню продовольчої безпеки та боротьбі з бідністю.

Питання інвестицій в післявоєнні часи мають дуже оптимістичний характер. Проте, одним із важливих факторів для майбутніх інвесторів буде наявність достатньої кількості платоспроможного населення, а, відповідно, наявність внутрішнього ринку, споживання та виробництва.

Сільське населення станом на 2020 рік становило 31% (14 млн осіб) від загальної чисельності населення України.

Війна викликала безпрецедентне вимушене переміщення трудового населення України. Від'їзд значної кількості платоспроможних українців став важким ударом для економіки.

За даними Управління Верховного комісара ООН у справах біженців (UNHCR), статус тимчасового захисту у країнах Європи до 3 січня 2023 року

отримали близько 4,9 млн українських біженців, приблизно 2,9 млн українців перебувають в росії. Станом на березень 2023 року зареєстровано понад 5 мільйонів внутрішньо переміщених осіб (ВПО). Також скорочення чисельності трудового населення відбувається за рахунок мобілізації, неможливо підрахувати втрати на окупованих територіях[2].

Війна змінила пріоритетність основних складових сталого розвитку. І якщо в 2021 році пріоритетними у сфері сталого розвитку були екологічні питання, то зараз переважає соціальна компонента.

На думку українських економістів, заходами для стимулювання повернення людей в Україну можуть бути:

вирішення питання залучення імігрантів для повоєнної відбудови, з урахуванням всіх можливих ризиків для економічного, а більшою мірою безпекового характеру;

зниження прямих податків, пов'язаних з фондом оплати праці (податок на доходи фізосіб і єдиний соціальний внесок);

розробка відповідних державних програм підтримки дітонародженню[4].

За даними другого щорічного експертного дослідження рівня інтеграції цілей сталого розвитку ООН у стратегію бізнесу та стратегію розвитку України, що провела Європейська Бізнес Асоціація, 96 % бізнесів продовжують орієнтуватися на Цілі сталого розвитку у своїй діяльності.

Інтегральний показник Індексу склав 3,50 балів з 5-ти можливих, що на 0,23 пункти вище, ніж результат 2021 року[3].

Питання екологічної сталості сільського господарства так само є питанням продовольчої безпеки та розвитку сільських громад.

Однією з умов вступу України до Європейського Союзу є прийняття екологічних реформ, дотримання довкіллевих норм ЄС. Війна негативно впливає на навколишнє середовище. Обстріли наземних і морських екосистем, лісів, промислових об'єктів, транспортної інфраструктури та будинків, руйнування систем водопостачання, каналізації та поводження з відходами провокують широкомасштабну та серйозну шкоду з довгостроковими наслідками довкілля та для здоров'я людей.

Світова екологічна спільноти розуміє, що такий стан речей є глобальною катастрофою не тільки для України, це має прямий вплив на зміну клімату на планеті через значні викиди вуглекислого газу та інших парникових газів в атмосферу.

За останніми підрахунками Міндовкілля та міжнародних експертів, внаслідок війни зафіксовано щонайменше 33 млн тонн викидів CO₂екв (обсяг діоксиду вуглецю). Це викиди від бойових дій – близько 8,9 млн тонн CO₂екв; від пересування внутрішньо переміщених осіб – близько 1 млн тонн CO₂екв; від пожеж – понад 23,4 млн тонн CO₂екв [5].

В умовах сьогодення питання екологічної сталості вирішувати вкрай складно, через те, що війна ще не скінчилась, неможливо оцінити масштаби збитків, понесених внаслідок повномасштабного вторгнення рф. Стає очевидним, що екологічне відновлення України та євроінтеграція — це безпека України: продовольча, екологічна, навіть військова.

Ціллю № 2 резолюції Генеральної Асамблеї ООН «Перетворення нашого світу: Порядок денний в області сталого розвитку на період до 2030 року», від 25 вересня 2015 року, оголошено – подолання голоду, розвиток сільського господарства. Україна, як і інші країни-члени ООН, взяла на себе зобов'язання досягти ЦСР до 2030 року [6]. Рік війни довів, що Україна продовжує орієнтуватися на Цілі сталого розвитку, тобто, знаходячись під шаленим воєнним тиском країни-терориста, запроваджує дії щодо скорочення бідності, захисту планети та забезпечення того, щоб до 2030 року усі люди жили в мирі і достатку.

Список використаних джерел

1. Малі фермери – опора продовольчої безпеки під час війни, і їх необхідно підтримувати й після перемоги. URL:<https://ecoaction.org.ua/mali-fermery-opora.html>.

2. Вимушена міграція і війна в Україні (24 березня-10 червня 2022). URL:<https://cedos.org.ua/researches/vymushena-migracziya-i-vijna-v-ukrayini-24-bereznya-10-cherwnya-2022/>

3. Повернути втрачене. Чим Україні загрожує зменшення населення? URL:https://lb.ua/economics/2022/09/22/530166_povernuti_vtrachene_chim_ukraini.html

4. Війна не змусила бізнес відмовитись від принципів сталого розвитку, - дослідження ЕВА. URL:<https://eba.com.ua/vijna-ne-zmusyla-biznes-vidmovytys-vid-pryntsyviv-stalogo-rozvytku-doslidzhennya-eva/>

5. Зміна клімату залишається у топі загроз 2023 року, зокрема, через війну в Україні. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2023/01/2/252124/>

6. Що таке Цілі сталого розвитку? URL:<https://www.undp.org/uk/ukraine/tsili-staloho-rozvytku>.

УДК 631:620.92

НИЗЬКОВУГЛЕЦЕВЕ СІЛЬСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО: АСПЕКТ ВИРОБНИЦТВА ЕНЕРГЕТИЧНИХ КУЛЬТУР

ОЛЕНА БОРИСЯК, НАЗАР ПОКОЙОВИЙ

Західноукраїнський національний університет, Україна

Перехід до кліматичної нейтральності до 2050 року належить до стратегічної цілі Європейської Зеленої Угоди, до реалізації якої приєдналась Україна. Зокрема, серед способів досягнення цієї цілі виділяють збереження біорізноманіття, нульове забруднення, циркулярна економіка, стала і розумна мобільність, чиста енергія та «зелена» сільськогосподарська політика.

Умежах роботи Мережі рішень для сталого розвитку (the Sustainable Development Solutions Network) Організації Об'єднаних Націй підготовлено «Дорожню карту до 2050 року: взаємозв'язок біопалива між землею, водою та енергією»/«Roadmap to 2050: The Land-Water-Energy Nexus of Biofuels» [1], у якій запропоновано інноваційні підходи до впровадження технологій з виробництва біопалива на засадах кліматичної нейтральності. Зокрема,

розглядається аспект встановлення взаємозв'язку земельних, водних, енергетичних ресурсів, у тому числі перехід до вирощення багаторічних енергетичних культур, переробки морських водоростей.

«Сільське господарство безпосередньо генерує понад 10% європейських викидів парникових газів. У той же час, секвеструючи вуглець у ґрунтах, торфовищах та агролісівницьких системах, сільське господарство має значний потенціал для пом'якшення наслідків зміни клімату»[2, с. 90]. Відповідно до цього, ключовим завданням сталого розвитку сільського господарства на засадах кліматичної нейтральності є впровадження низьковуглецевих технологій у рослинництві. Зокрема, враховуючи обмеженість доступу до природних викопних енергетичних ресурсів, а також негативний їхній вплив на навколишнє середовище і необхідність декарбонізації енергетики [3-4] перспективним напрямом є виробництво енергетичних культур (павлонія, енергетична верба, міскантус, енергетична тополя та ін.). Перевагою виробництва таких рослин є те, що вони є як поглиначами вуглекислого газу, продуцентами кисню, так і сировиною для виробництва «зеленої» енергії, біопалива, органічних добрив та ін. Агробіоресурс може стати значно ефективнішим поглиначем вуглекислого газу та продуцентом кисню ніж ліс, тим самим нейтралізуючи негативний вплив на клімат.

Зокрема, технологія вирощування енергетичної верби та енергетичної тополі включає такі етапи як підготовку поля, закладання плантацій (рання весна або пізня осінь), догляд (перший рік), ріст (другий рік), ріст (третій рік), збір врожаю (листопад-лютий), догляд та підживлення після збору врожаю. Особливістю вирощування таких культур є те, що закладання плантацій здійснюється на землі з надмірним рівнем вологості, при цьому земля може бути не придатною або мало придатною для ведення сільського господарства. Для посадки беруть «саджанці довгі (для машинної посадки) і саджанці короткі (для ручної посадки, довжина 20см для верби та 25см для тополі, діаметр 0,7 – 2,8 см). Закладання плантацій верби відбувається ранньою весною та восени (листопад)» [5]. Важливе значення має організація ретельного догляду за рослинами у перший рік шляхом «високої приживлюваності, формування кореневої системи (ріст 1,5м за перший вегетаційний період), закриття вологи механічним способом, контролю бур'янів як хімічним так і механічним способом» [5].

Таким чином, перехід до низьковуглецевого сільського господарства розглядається як складова сталого розвитку, що передбачає інтеграцію кліматичної складової в управління аграрним природокористуванням. У цьому контексті, використання агробіоресурсу (зокрема, виробництво та переробка енергетичних культур) є способом переходу до кліматичної нейтральності як сільського господарства, так і енергетики за рахунок переробки енергетичних культур на біопаливо.

Список використаних джерел

1. Roadmap to 2050 : The Land-Water-Energy Nexus of Biofuels. URL: <https://roadmap2050.report>.
2. Звіт про міжнародні добровільні та обов'язкові вуглецеві ринки з особливим акцентом на механізми, які застосовуються у випадку низьковуглецевого сільського

господарства потенційні можливості для українських розробників. Міжнародний консультант Фортунато КОСТАНТИНО (Fortunato COSTANTINO). Офіс Програми розвитку ООН (ПРООН) в Україні в рамках проекту «Підтримка зеленого відновлення в Україні». 16 травня 2022 року. URL: <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2022-11/FINAL%20REPORT%20UNDP%20LH%20CARBON%20FARMING%20UKR.pdf>.

3. Борисяк О. Розбудова кліматичної політики на енергетичному ринку: передумови, виклики і переваги. *Економічний аналіз*. 2022. Том 32, № 2. С. 22-32.

4. Борисяк О.В. Перехід до кліматично-нейтральних інновацій підприємств на енергетичному ринку. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 67. С. 92-97.

5. Гнап І. Презентація «Технологія вирощування та культивування біомаси». Практичний семінар «День енергетичного поля» 30 травня 2017 р.

УДК 338.2:502:631.1

ГЛОБАЛЬНІ КЛІМАТИЧНІ ЗМІНИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ВІТЧИЗНЯНЕ КОРМОВИРОБНИЦТВО

ІРИНА ВОРОНЕЦЬКА, НАТАЛІЯ ЮРЧУК

Інститут кормів та сільського господарства Поділля НААН, Україна

Значення кормовиробництва у подоланні першочергових і невідкладних проблем розвитку України на сучасному етапі не оцінене на належному рівні попри те, що галузь займає чільне місце у вирішенні низки питань соціального, продовольчого, екологічного характеру. Основним орієнтиром у формуванні ринкової платформи в галузі повинні бути реальні й потенційні потреби тваринництва у якісних, високопродуктивних, екологічно безпечних кормах як основних засобах виробництва тваринницької продукції. Через результати діяльності в тваринництві кормовиробництво опосередковано визначає стан продовольчої безпеки в Україні. Зв'язок галузі з рослинництвом демонструє низку соціальних та екологічних наслідків, які позитивно впливають на якість і рівень життя сільських територій.

Створення міцної кормової бази є нагальним завданням агробізнесу, який займається виробництвом тваринницької продукції, адже рівень продуктивності сільськогосподарських тварин залежить на 50-80% від їх годівлі.

Аналіз сучасного стану розвитку польового кормовиробництва в Україні за останні кілька років залишається незмінним і характеризується скороченням посівних площ кормових культур. За період 1990-2021 рр. площа під кормовими культурами зменшилася з 11,9 млн га до 1,5 млн га або на 87,%, за період 2000-2021 рр. на 78,2%. За останні 12 років значним чином зменшилася площа посіву трав: багаторічних на 2036,7 тис. га або на 71,2%, однорічних на 1489,3 тис. га або на 84,9%. Однак зросла частка посіву багаторічних трав в загальній площі посіву кормових культур на 12,9%, а однорічних трав зменшилася на 7,6%. В цілому частка кормових культур у загальній посівній площі зменшилась за період 2000-

2021 рр. з 26% до 5,4%, або на 20,6% [1].

Європейська інтеграція активізувалася із отриманням Україною статусу кандидата на вступ до ЄС у 2022 р., поглиблюючи і прискорюючи процеси, які почалися після підписання Україною угоди про асоціацію.

Війна стала тим негативним зовнішнім фактором, який уповільнив виконання Україною власних зобов'язань у сфері охорони довкілля, але не змінив напрям руху Європейським зеленим курсом та відбудову вітчизняної економіки за принципами сталого розвитку. Зокрема, у 2022 р. Україна посіла 37 місце (зі 163 країн світу) у рейтингу сталого розвитку, який щорічно складається ООН і Фондом Bertelsmann. Впровадження та дотримання європейських екологічних норм є важливим фактором забезпечення імплементації положень Угоди про асоціацію. Нині триває розробка Стратегії низьковуглецевого розвитку України до 2050р., мета якої – досягнення декарбонізації економіки та кліматичної нейтральності [2].

Сільськогосподарське виробництво є однією з причин зміни клімату, в той же час зміна клімату безпосередньо впливає на нього і має адаптуватися до нього, це ж стосується і кормовиробництва, як галузі сільського господарства.

Розглянемо наслідки зміни клімату для вітчизняного кормовиробництва[3; 4]:

– Зміна регіонів вирощування зернових та олійних культур: до 2030 р. можна очікувати сприятливих кліматичних умов для вирощування ріпаку в більшості областей Полісся, несприятливих – в областях південного Степу; до 2030 р. можливе підвищення урожайності ярого ячменю в середньому на 15-20%, однак, у південних та південно-східних областях його урожай може зменшитись на 15-25%; максимальний рівень ризику для кукурудзи (недоотриманий урожай може досягати 20-30%) ймовірний в областях Південного степу, Харківській, Луганській, Донецькій та Дніпропетровській областях; до 2030 р. навіть у північному Поліссі зможуть повноцінно визрівати ранньо- та середньостиглі сорти соняшника, можна очікувати високу врожайність, одночасно можливо стійке зниження врожайності цієї культури в зоні Степу через погіршення зволоження ґрунту (для зменшення втрат у цій зоні доцільно сіяти соняшник під зиму); сприятливі умови для вирощування сої збережуться до 2030 р. в усіх ґрунтово-кліматичних зонах країни, крім північних і західних районів Полісся, у Степу ризик ймовірного недобору урожаю складатиме 20-30%.

– Поширення ареалу шкідників, збудників хвороб, карантинних об'єктів, збільшення їхньої чисельності та кількості генерацій.

– Доступність, кількість, різноманітність та якість кормових ресурсів, питної води.

– Погіршення пасовищних угідь може негативно впливати на кормову базу, особливо у малих агровиробників (малі сільськогосподарські господарства використовують 34,7% зелених кормів у загальній структурі годівлі, підприємства – 15,5%).

Для адаптації кормовиробництва до кліматичних змін необхідно:

– диверсифікувати кормовиробництво з урахуванням сучасного

агрокліматичного районування територій;

- використовувати для кормовиробництва адаптовані до місцевих умов і стійкі високопродуктивні однорічні та багаторічні трави, зернобобові сумішки, травосуміші;

- впроваджувати системи лукопасовищного кормовиробництва на природних кормових угіддях;

- оптимізація структури сінокосів та пасовищ для підвищення їхньої опірності до екстремальних погодних умов, забезпечення затінення (природного або штучного);

- впровадження розумного землеробства;

- зміщення термінів сівби ярих культур на більш ранні, озимих – на більш пізні дати, що забезпечить ефективне використання посівами запасів вологи у ґрунті;

- удосконалення системи моніторингу за хворобами та шкідниками;

- створення страхових запасів кормів для запобігання втрат від посух [3; 4].

Впровадження вказаних заходів сприятиме зростанню біорізноманіття, захисту довкілля, розвитку агробізнесу та соціально-економічному розвитку сільських територій.

Кліматичні зміни є комплексною проблемою й потребують комплексних системних рішень, в цих умовах зростає значення економічного, екологічного і соціального аспектів сталого виробництва кормів. Україна має значний потенціал виробництва кормів, яке має стати кліматично орієнтованим, враховувати складові захисту довкілля та кліматичних змін.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики в Україні: офіційний сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.

2. Україна на шляху до ЄС: реалії і перспективи. Український центр економічних та політичних досліджень ім. О. Разумкова. Національна безпека і оборона. 2022. №1-2 (187-188). С. 37-42. URL: https://razumkov.org.ua/images/journal/NSD187-188_2022_ukr_full.pdf.

3. Food and Agriculture Organization of the United Nations. URL: <https://www.fao.org/home/en/>.

4. Як впливає зміна клімату на ведення сільського господарства в Україні. URL: <https://kurkul.com/spetsproekty/425-yak-vplivaye-zmina-klimatu-na-vedennya-sil'skogo-gospodarstva-v-ukrayini>.

СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКЕ ДОРАДНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

МАР'ЯНА ГУМЕНЮК, ДМИТРО НЕМІШ

ПДСГДС ІСГ Карпатського регіону НААН, Україна

Визначна роль в успішному розвитку сільського господарства та сільської місцевості належить сільськогосподарському дорадництву. Система аграрного консалтингу або дорадництва – extension (з англ. поширення (знань)) функціонує у аграрному секторі багатьох країн світу. Її основні принципи і методи збігаються з консультуванням. Класично акцент в дорадництві ставиться на необхідність поширення сучасних сільськогосподарських знань серед сільгоспвиробників, на їх навчанні та інформаційній підтримці.

Дорадництво в розвинутих країнах світу представлене у різних формах, наприклад, державна університетська (США), державна міністерська (Німеччина, Канада, Польща), приватна (Великобританія, Франція), громадська (Данія), змішана (Нідерланди, Угорщина). Досвід таких країн як Латвія, Литва, Польща, Чехія, Угорщина, Румунія, Словенія підтверджує високу ефективність сільськогосподарського консультування як інструменту, що сприяє інноваційним процесам в аграрному секторі. На утримання інформаційно-консультаційних служб в цих країнах виділяються бюджетні кошти, які в декілька разів перевищують витрати на фінансування сільськогосподарської науки [1].

Політика підтримки дорадництва за кордоном пояснюється тим, що інноваційний розвиток аграрного сектору визначається не тільки кількістю і якістю науково-технічних розробок, а й масштабами і темпами їх освоєння на виробництві. Відповідно сільськогосподарські консультаційні служби протягом багатьох десятиліть функціонують як засіб розповсюдження знань серед сільськогосподарських товаровиробників. Створення цих служб викликано необхідністю допомогти фермерам, які не мають належної освіти і досвіду роботи, ефективно господарювати та використовувати досягнення науковців при роботі своїх підприємств. Сільськогосподарські дорадчі служби забезпечують ефективне співробітництво між виробниками, переробниками, науковцями, органами влади та громадами у більшості країн світу.

В Україні сільськогосподарські дорадчі служби функціонують в усіх областях, а їх діяльність регламентується рядом нормативно-правових актів. Проте за існуючої структури аграрного сектору, основою якої є виключно великий бізнес, послуги дорадництва не дуже затребувані, адже дорадницька служба зазвичай необхідна у випадку такої моделі сільського господарства, яка опирається на малий і середній бізнес.

Згідно дослідженням Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (ФАО), в Україні великі агрохолдинги та середні сільськогосподарські підприємства площею понад 500 га отримують свої послуги майже повністю міжнародними та іноземними компаніями. А 33 164 сімейних фермерських

господарств площею від 20 га до 500 га мають середній доступ до дорадчих послуг, 90% з яких забезпечують постачальники сировини, чия неупередженість ставиться під сумнів, і лише 10% - професійні незалежні радники. Водночас 4 мільйони дрібних фермерів (2–20 га) в Україні слабо обслуговуються дорадчими службами через відсутність належних політичних стимулів та інформації про доступність таких послуг [2].

Під час військового стану фермерські господарства відіграли важливу роль у збереженні та розвитку локальних ринків і ланцюгів постачань продовольства, що зумовлює необхідність зміни структуру сільського господарства у перспективі та формування більш дружньої до фермерства аграрної політики. Відповідно повоєнний аграрний устрій має бути спрямований на створення в кожній сільській територіальній громаді конкурентоспроможних фермерських господарств із достатньою кількістю робочих місць. Керівники більшості малих фермерських господарств не мають відповідних знань, навичок роботи в ринкових умовах і не володіють сучасними технологіями. Сільські громади зазвичай недостатньо проінформовані про аграрну політику держави та механізми її реалізації і не згуртовані належним чином для спільного господарювання та вирішення соціальних питань. Тому на сьогоднішній день сільськогосподарське дорадництво є одним із найдієвіших інструментів, спроможних вивести малі аграрні формування на новий рівень і зробити їх конкурентоспроможними.

Очевидно, що система сільськогосподарського дорадництва повинна бути єдиною і формуватися з чотирьох рівнів: державного, регіонального, районного і територіальних громад. Проте, незважаючи на вимогу законодавства згідно якої субсидії на дорадчі служби мають виділятися в розмірі 5% від загальної державної підтримки агросектору, фінансування є незначним. Крім того держава компенсує 90% дорадчої послуги аграрію, але вже після її оплати і то в кінці року, що не дає впевненості виробнику щодо повернення грошей та сприяє відмові від користування такими послугами. Враховуючи обмеженість державного фінансування та складність формування довгострокової політики щодо розвитку аграрного сектору, повноцінну систему сільськогосподарського консультування на сьогодні створити є проблематично. Відповідно доцільним є суміщення функцій дорадництва науковими установами.

На регіональному рівні систему дорадництва можуть представляти регіональні наукові установи та закріплені за ними дослідні господарства НААН, які забезпечують освоєння та трансфер технологій у відповідні області України. Дослідні господарства НААН мають умови для проведення демонстраційних полів, використання яких є найбільш ефективними для переймання досвіду фермерами, керівниками і спеціалістами підприємств. Адже оцінка новацій товаровиробниками в процесі демонстрації є найбільш об'єктивною і ґрунтується на практичних результатах, а новації, які демонструються підходять до ґрунтово-кліматичних умов відповідного регіону. Водночас вчені і консультанти, які проводять демонстрацію отримують зворотній зв'язок із споживачами новацій та зможуть своєчасно врахувати їх пропозиції та зауваження.

Дорадчий супровід малих аграрних формувань на районному рівні можуть здійснювати відділи агропромислового розвитку районних адміністрацій та

працівники дослідних господарств регіональних аграрних наукових установ відповідно до їх територіального розміщення. З метою наближення дорадчих послуг до споживача доцільно організувати роботу дорадників-науковців в територіальних громадах та передбачити у місцевих бюджетах видатки на підтримку дорадництва. Надавати консультаційну підтримку доцільно шляхом проведення навчальних семінарів, тренінгів, обґрунтування пропозиції щодо підвищення ефективності функціонування малих аграрних формувань.

В ідеалі дорадчі служби мають бути своєрідним каталізатором впровадження найсучасніших технологій як організаційно-правового, так і технологічно-виробничого характеру в сільській місцевості, сприяти просуванню досягнень сукупності наук, їх органічній адаптації в сільський спосіб життя [3, с. 349].

В умовах активізації євроінтеграційних процесів вагомість сільськогосподарського дорадництва зростає. В Угоді про Асоціацію з ЄС йому відводиться особливе місце: сторони зобов'язуються всіляко сприяти розвитку дорадництва і робити все, аби воно стало доступним для кожного фермерського та особистого селянського господарства. Саме забезпечення передачі знань та інновацій є пріоритетом Спільної аграрної політики Європейського Союзу, а також більшості країн-лідерів на аграрному ринку.

Отже, світовий досвід переконує, що сільськогосподарське дорадництво є одним із ключових чинників підвищення ефективності і прибутковості сільськогосподарських товаровиробників та стабільності розвитку сільських громад. Загалом, в Україні система сільськогосподарського дорадництва повинна забезпечити трансфер технологій та сучасних знань, розвинути мале аграрне підприємництво, допомогти малим агровиробникам успішно ввійти на локальні ринки, зробити їх конкурентоспроможними, підвищити якість сільськогосподарської продукції, яку вони виробляють та забезпечити необхідний рівень життя на селі. Необхідність дорадчого супроводу зростає в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення аграрного сектору України.

Список використаних джерел

1. Замрига А. В. Сільськогосподарське консультування як дієвий інструмент реалізації інноваційних процесів. *Ефективна економіка*. 2015. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4331> (дата звернення 19.04.2023).
2. Гусейнов. Ф. Вдала порада: як повернути дорадчі служби у ланцюг агровиробництва. URL: <https://agravery.com/uk/posts/show/vdala-porada-ak-povernuti-doradci-sluzbi-u-lancug-agrovirobnictva> (дата звернення 20.04.2023).
3. Ровний В.В. Організація сільськогосподарської дорадчої діяльності: міжнародно-правовий досвід. *Форум права*. 2017. №5. С. 349-355.

УДК 338.43

СТАЛИЙ РОЗВИТОК АГРАРНОГО СЕКТОРУ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД

ОЛЕКСАНДР АВЕРЧЕВ, МАРІЯ НІКІТЕНКО

Херсонський державний аграрно-економічний університет, Україна

Сталого розвитку сільськогосподарських підприємств можна досягти лише шляхом досягнення економічного зростання, фізичного виробництва та споживання в межах, визначених стійкістю екосистеми. Концептуальні принципи сталого розвитку передбачають конкретну систему принципів підходів до вирішення проблем зеленої економіки, гуманітаризму та соціальної активності.

Дослідження проблем сталого розвитку аграрної галузі в подальшому дають можливість подолати рівень впливу промислової глобалізації та викликів, пов'язаних з індустріалізацією, уникнути кризових ситуацій та забезпечити підвищення продуктивності і зберегти довкілля.

Якщо розглядати сталий розвиток, як сучасну концепцію державного управління, то слід пам'ятати, що в умовах кризи поряд з модернізацією економічної діяльності необхідно гарантувати оптимальне використання наявних ресурсів. Головне завдання сьогодення полягає в тому, щоб зрозуміти й підтримати необхідність сталого розвитку та вжити рішучих кроків, щоб зробити цей процес максимально повним і прийнятним у майбутньому. Економіка як наука використовує різні методи та інструменти для вивчення взаємовідносин між людьми та навколишнім середовищем. Поява нових людських потреб, обумовлених економічними чинниками та їх взаємодією, вимагає пошуку нових способів вирішення суспільних екологічних та економічних наявних питань [1].

Сталий розвиток аграрного виробництва є поєднанням економічної (захист певних прибуткових підприємств), екологічної (охорона та відновлення навколишнього середовища) та соціальної (забезпечення безпеки нинішніх і колишнього населення) сфери.

Проблема розвитку виробництва сільськогосподарської продукції, на самперед полягає в інвестиційних ресурсах, які надходять до аграрного сектору. Лише правильна інвестиційна політика покращує виробничо-технологічні процеси компаній, підвищує якість і конкурентоспроможність продукції, вирішує соціальні та екологічні проблеми.

В умовах ринкової економіки, з урахуванням динамічного зовнішнього і внутрішнього середовища, головне завдання системи управління полягає в підтриманні необхідної ринкової рівноваги та мінімізації ризику для сільськогосподарського підприємства при вимірі впливу внутрішніх і зовнішніх чинників на основі реалізації певних економічних, фінансових, організаційних та інших дій [2].

Принципи переходу України до сталого розвитку відображені в «Стратегії сталого розвитку України 2030». Стратегія спрямована на підвищення якості життя українського народу та створення сприятливих умов для нього. Впровадження нових моделей економічного зростання на основі принципів сталого розвитку на благо нинішніх і майбутніх поколінь, запобігаючи тим самим руйнуванню їхніх природних екосистем. Досягнення цієї мети відповідає світогляду, цінностям, культурним традиціям українського народу та міжнародним зобов'язанням України. Визначення національних цілей сталого розвитку українського суспільства до 2030 року передбачає низку змін і орієнтирів [3].

Від 24 лютого 2022 року, головною загрозою для подальшого розвитку аграрного сектору, стала війна Росії проти України. За останній рік велика кількість територій в Україні втратили свою економічну силу та зазнали серйозних структурних змін, через які було знищено важливі будівлі, промислові підприємства, житлові райони, важливу культурну спадщину, громадські та публічні місця. А також відбулась різка зміна кількості працездатного населення. За причиною проведення бойових дій були припинені усі логістичні зв'язки та зупинено ведення будь-якого виду діяльності. Як наслідок, скоротився обсяг національного виробництва, відбулась втрата персоналу, втрата ринків збуту, падіння рівня життя населення, мають місце значні екологічні втрати.

З метою відновлення економічних відносин та створення необхідних умов життєдіяльності усього населення нашої країни, необхідно прийняти відповідні корегуючі заходи по продовженню втілення стратегії сталого розвитку у воєнний період. Звісно, такий підхід посилює складність поставлених цілей та подолання нових викликів. Але дотримуючись основних напрямків щодо розвитку української економіки є можливим, а саме збереження людського потенціалу, забезпечення населення необхідними товарами споживання, а також, адаптація всіх видів підприємств до діяльності в умовах воєнного часу та ефективного використання гуманітарної підтримки та допомоги міжнародних партнерів на підтримку національної економіки.

Список використаних джерел

1. Сокіл, О. Г. Функції, принципи та складові системи обліково-аналітичного забезпечення управління сталим розвитком сільськогосподарських підприємств. Науковий журнал АГРАРНА ЕКОНОМІКА, 2018, Т. 11, № 3-4. С.87-95.

2. Управління сталим розвитком сільськогосподарських підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата економ. наук: 08.00.04 - економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / К. Л. Тужик ; Національний університет біоресурсів і природокористування України. - К., 2016. - 25 с

3. Закон України «Про Стратегію сталого розвитку України до 2030 року». URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JH6YF00A>

4. Аверчев О.В., Нікітенко М.П., Йосипенко І.В. Вплив воєнних дій на екологізацію агровиробництва у Херсонській області. Таврійський вісник, № 130, Херсон, 2023р., С. 10-17.

УДК 635.052

ОЦІНКА ЗРАЗКІВ ЩАВЛЮ –RUMEX ЗА ЦІННИМИ ГОСПОДАРСЬКИМИ ОЗНАКАМИ

Любов КНІГНІЦЬКА

*Прикарпатська державна сільськогосподарська дослідна станція
Інституту сільського господарства Карпатського регіону НААН, Україна*

Визначальними факторами інтенсифікації сільськогосподарського виробництва є якомога повніше використання генетичного потенціалу тих культур, які відіграють значну роль у виробництві продуктів харчування, товарів народного споживання і сировини для промисловості.

Сучасне овочівництво та приватне городництво має у своєму асортименті велику кількість овочевих культур і розмаїття сортів. Збільшення овочевого різноманіття може здійснюватися за рахунок розширення сортименту та інтродукції нових видів, так званих малопоширених овочевих рослин.

Малопоширені культури є важливою групою овочевих культур, їх широко використовують в кулінарії, харчовій промисловості і медицині, вони володіють особливими смаковими, дієтичними, лікувальними властивостями, є великим постачальником вітамінів у зимово-весняний період, мають велике естетичне значення.

Науковими установами нашої країни і за кордоном нагромаджений багатий і цінний матеріал з питань вивчення генофонду малопоширених овочевих культур. Однак висновки з проведених досліджень не можуть бути повністю і без перевірки прийняті в інших природно-кліматичних умовах. Велика різноманітність, а нерідко протиріччя представлених даних підтверджують проведення досліджень із вивчення колекційного матеріалу малопоширених овочевих культур, так як ці культури в умовах Прикарпаття вивчені недостатньо.

Інтродукція та використання нових зразків забезпечує прогресивне вирішення продовольчих, екологічних, соціальних проблем. Як і в будь-якій іншій країні, майбутнє розвитку сільського господарства України залежить від накопичення, збереження та доступності генетичного матеріалу рослин [1].

Прикарпаття за природно-кліматичними належить до сприятливих зон вирощування цих культур.

Виходячи з цього метою наших досліджень є вивчення інтродукованих зразків малопоширених овочевих, пряносмакових та пряноароматичних культур вітчизняного і зарубіжного походження за комплексом господарсько-цінних ознак, формування ознакових колекцій.

Щавель (*Rumex*), квасо́к, квасе́ць-рід одно-, двох- та багаторічних трав'янистих рослин родини гречкових, порядку гвоздикоцвітих. Близько 200 видів, у тому числі 25 видів в Україні. Настої і екстракти з кореневища щавля кінського (*R. confertus*) та деяких інших видів використовують у медицині. Листя кисле на смак і використовується для зелених борщів, юшок, холодників. Щоб зменшити кислотність страв додають листя кропиви глухої, щириці, лободи білої, латуку, лутиги. Молоді листки та ніжні стебла збирають до початку цвітіння щавлю. У Північній Європі щавель кучерявий (*Rumex crispus*) розводять як культурну рослину, вживаючи для харчу не лише листя, але й молоде коріння. З вареного листя роблять пюре і консервують. Так воно може зберігатися кілька років, не втрачаючи смакових та поживних якостей. Нерідко консервують про запас щавлеве листя цілим. У Білорусі з щавлю готують холодник. З листя щавлю можна готувати кисіль та квас [2].

Мета роботи – вивчення інтродукованих зразків малопоширених овочевих, пряносмакових та пряноароматичних культур вітчизняного і зарубіжного

походження за комплексом господарсько-цінних ознак та формування ознакової колекції щавлів.

Дослідження проводилися у польовій сівозміні лабораторії обробітку ґрунту, боротьби з бур'янами та технології органічного виробництва сільськогосподарських культур Прикарпатської державної сільськогосподарської дослідної станції Інституту сільського господарства Карпатського регіону.

Ґрунт дослідної ділянки – дерново-слабопідзолистий поверхнево оглеєний легкосуглинковий осушений гончарним дренажем. Орний шар характеризується низьким вмістом гумусу – 2,77 %, легко-гідролізованого азоту – 98 мг/кг ґрунту; рухомого фосфору – 107 мг/кг ґрунту; обмінного калію – 158 мг/кг ґрунту; рН-сольове – 5,0; гідролітична кислотність – 4,23 мг-екв/100 г ґрунту; сума увібраних основ – 13,6 мг-екв/100 г ґрунту. Водний режим – промивний. Обробіток ґрунту проводили згідно загально прийнятої методики для зони Прикарпаття.

Вивчення кожного колекційного зразка досліджуваних культур передбачало його морфологічний опис, визначення тривалості вегетаційного періоду та величин господарсько-цінних ознак, оцінку за ступенем стійкості до основних хвороб і шкідників та дії негативних абіотичних факторів середовища.

За результатами оцінки 14 досліджуваних зразків щавлю четвертого року вирощування, які вивчалися в колекції, як джерела господарсько-цінних ознак виділилися зразки: за ознакою висота рослини: UKR 075:00519; UKR 075:00522; UKR 075:00517; UKR 075:00521; UKR 075:00516; UKR 075:00513; UKR 075:00518. Варіювання висоти у цих зразків становило 98,0–104,6 см; у сорту-стандарту Широколистий – 99,5 см. За ранньостиглістю виділилися зразки: UKR 075:00513; UKR 075:00516; UKR 075:00520. Тривалість вегетаційного періоду у цих зразків 88 днів.

За ознакою урожайність насіння з 1 м² серед 14 досліджуваних зразків щавлю четвертого року вирощування кращими виявилися зразки: UKR 075:00514 (33,5 г/м²); UKR 075:00524 (34,8 г/м²); UKR 075:00512 (38,7 г/м²); UKR 075:00523 (38,8 г/м²); UKR 075:00522 (40,2 г/м²); UKR 075:00521 (40,9 г/м²); у сорту-стандарту Широколистий – 23,2 г/м². За ознакою маса 1000 насінин кращими є зразки щавлю: UKR 075:00516 (1 г); UKR 075:00518 (1,1 г); UKR 075:00512 (1,2 г) у сорту-еталону Широколистий – 0,9 г.

Досліджувані зразки щавлю третього року вирощування не пошкоджувалися шкідниками та хворобами.

За результатами наших досліджень у 20-ти зразків виявлено найбільш важливі ознаки для подальшої селекційної роботи, визначено еталонний зразок та проводились роботи по формуванню ознакової колекції (табл. 1).

Таблиця 1

Біометрична характеристика *Rumex acetosa*

№ інтродукованого зразка	Довжина розеткової листкової пластинки	Ширина розеткової листкової пластинки	Висота генеративного пагона
UL2000082	15,9±0,63	8,7±0,52	150±1,5
UL2000084	17,1±0,56	9,2±0,48	162±1,8
UL2000092	16,2±0,68	9,1±0,53	176±1,6
UL2000091	16,0±0,52	8,4±0,43	173±1,8
UL2000088	17,6±0,48	8,2±0,36	179±1,6

Параметри листкової пластинки відмічено наступними граничними показниками: короткий – до 10 см, середній – від 11 до 15 см, довгий – понад 15 см, вузький – до 3 см, середній – від 4 до 8 см, широкий – понад 8 см.

Для оцінки залежності урожайності щавлю від довжини та ширини листкової пластинки розеткового листка встановлено сорт-еталон Широколистий з довжиною листка 12,5 см та шириною 8,4 см. Урожайність зелені складала 1,3 кг/м².

Характер залежності урожайності від довжини та ширини листкової пластинки спостерігається у всіх колекціях зразків. Довжина листка коливалась від 9,5 см (зразок 00522) до 29,2 см у інтродукованого у 2019 році зразка 00555.

Встановлено, що найбільшу частку в колекції щавлю складає група зразків з довгим листком – 55 %. Найбільший показник урожайності (1,8 кг/м²) отримано у зразка 00555 з розміром довжини та ширини листкової пластинки 29,2 та 15,3 см відповідно.

Зразки колекції паспортизовано і внесено до паспортної бази даних генофонду рослин України Національного центру генетичних ресурсів рослин України.

Результати вивчення зразків малопоширених овочевих культур свідчать про велике різноманіття вихідного матеріалу, як для селекції, так і для безпосереднього впровадження та про необхідність подальшого збору за рахунок залучення нових зразків.

Список використаних джерел

1. Рябчун В. К., Кузьмишина Н. В., Богуславський Р. Л. Стан Національного Генбанку рослин України у військовий час 2022 року. Генетичні ресурси рослин. 2022. № 30. 11-20 с.

2. Щавель // Лікарські рослини : енциклопедичний довідник / за ред. А. М. Гродзінського. - Київ: Видавництво «Українська Енциклопедія» ім. М. П. Бажана, Український виробничо-комерційний центр «Олімп», 1992. - С. 483-485. - ISBN 5-88500-055-7.

УДК 631.147

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ДОБРИВ ЗА ОРГАНІЧНОГО ВИРОЩУВАННЯ ГРЕЧКИ

Галина КУНИЧАК, ОЛЬГА ДУТЧАК

*Прикарпатська державна сільськогосподарська дослідна станція
Інституту сільського господарства Карпатського регіону НААН, Україна*

Розвиток органічного виробництва є актуальним питанням, оскільки попит на безпечні та якісні продукти у світі постійно зростає. В умовах сьогодення екологічна безпека та якість виробленої аграріями продукції є основними чинниками внутрішньої і передусім зовнішньої конкурентоспроможності.

Вагомі потенціальні можливості для розвитку органічного сектора зосереджені в Україні внаслідок наявності земель, які придатні для виробництва екологічно-чистої продукції органічного походження [1].

Концепція сталого розвитку аграрного виробництва передбачає поєднання захисту довкілля, економічного зростання й соціального розвитку, саме виробництво органічної продукції є практичною реалізацією, що дасть змогу отримати високу якість продовольства як важливої складової продовольчої безпеки [2].

В агросезоні 2023 року, за нестачі коштів на паливо та добрива у пріоритеті для аграріїв буде вирощування низьковитратних культур. Цінною круп'яною культурою є гречка, яка характеризується високими поживними і лікувальними властивостями крупи, є однією з основних парозаймаючих, страхових, поукісних, медоносних і рентабельних культур. Виходячи з того, що гречка останні роки набуває популярності, площі під нею будуть зростати.

В наших дослідженнях при відмові від мінеральних добрив за органічного виробництва вивчалось формування насінневої продуктивності гречки за застосування органічного добрива-біостимулятора Вермимаг, зокрема обробка насіння гречки вдень посіву нормою 6 л/т та обприскування посівів у фазу гілкування і бутонізації нормою 6,0 літрів препарату на 1 га посіву.

Застосування препаратів органічного походження та агротехнічних заходів в технології вирощування гречки покращувало фітосанітарний стан посівів. Обробка насіння та обприскування посівів гречки сприяло кращому росту рослин, збільшенню гілкування, наростанню вегетативної маси. При цьому підвищувалась конкурентоздатність рослин гречки по відношенню до бур'янів протягом всієї вегетації. Найнижчу забур'яненість посівів перед збиранням отримано за поєднання обробки насіння гречки та дворазового обприскування посівів органічним добривом-біостимулятором. При цьому вона склала 38 шт./м², щона 29,6% менше від контролю.

Покращення умов росту і розвитку рослин за застосування добрив сприяло підвищенню показників продуктивності, як на рядковому так і на широкорядному способі сівби.

Вищою була маса 1000 насінин гречки. На контролі вона становила 26,5 г і збільшувалась на 0,4-1,5 % за застосування органічного добрива-біостимулятор. Аналогічна закономірність була і при аналізі натури зерна, де на контрольному варіанті вона становила 604 г/л і була вищою на 14 г/л за поєднання обробки насіння та дворазового обприскування рослин за рядкового способу сівби.

Найефективнішим за час проведення досліджень було поєднання обробки насіння та дворазового обприскування посівів гречки за рядкового способу сівби, де урожайність склала 2,23 т/га, що на 0,83 т/га, або на 59,3 % більше, ніж на контролі (табл.1).

Урожайність гречки за органічного виробництва, 2022 р.

№ вар.	Варіант досліду		Урожайність, т/га	Приріст урожаю, т/га	
	Способи сівби	Удобрення		± до контролю т/га	± до контролю %
1	рядковий (15 см)	Насіння оброблене водою, 10 л/т (контроль)	1,40	-	-
2		Обробка насіння біопрепаратом	1,62	0,22	15,7
3		Обробка насіння біопрепаратом + одне обприскування посівів біопрепаратом	1,89	0,49	35,0
4		Обробка насіння біопрепаратом + два обприскування посівів біопрепаратом	2,23	0,83	59,3
5	широкорядний (45 см)	Насіння оброблене водою, 10 л/т	1,38	-0,02	1,4
6		Обробка насіння біопрепаратом	1,54	0,14	10,0
7		Обробка насіння біопрепаратом + одне обприскування посівів біопрепаратом	1,78	0,38	27,1
8		Обробка насіння біопрепаратом + два обприскування посівів біопрепаратом	1,96	0,56	40,0
НР ₀₅		0,08			

За результатами досліджень в 2022 р. отримано показники впливу елементів технології на посівні та урожайні властивості гречки в органічному виробництві, де найвищу урожайність 2,23 т/га, чистий прибуток – 38623 грн/га та рівень рентабельності – 471 % і найнижчу собівартість 1 т зерна – 3680 грн отримано за поєднання обробки насіння гречки та двох обприскувань посівів органічним добривом-біостимулятором за рядкового способу сівби. При цьому відмічено зниження забур'яненості на 29,6 %, підвищення урожайності гречки на 0,83 т/га, або на 59,3 %.

Поєднання в технології органічного виробництва гречки обробки насіння та обприскування посівів органічним добривом-біостимулятором дає можливість істотно покращити ріст і розвиток рослин, підвищити їх конкурентоздатність по відношенню до бур'янів, збільшити насінневу продуктивність та підвищити економічну ефективність органічного виробництва.

Значне коливання цін на гречку протягом останніх років суттєво змінює показники економічної ефективності вирощування даної культури.

Застосування органічного добрива-біостимулятора при незначних додаткових виробничих витратах дозволило підвищити економічну ефективність органічного вирощування гречки.

Вартість валової продукції була високою, в зв'язку з підвищенням цін на гречку, та збільшувалась по варіантах за рахунок підвищення урожайності. Так,

на контрольному варіанті вона становила 29400 грн/га і підвищувалась за обробки насіння та поєднання його з обприскуванням посівів до 46830 грн/га.

При підвищенні урожайності гречки за застосування удобрення збільшується і чистий прибуток, де найбільший його показник – 38623 грн/га отримано за обробки насіння та дворазового обприскування посівів, що на 16885 грн/га більше, за контроль. За цих заходів отримано і найнижчу собівартість продукції – 3680 грн/т, що на 1793 грн/т менше, ніж за вирощування гречки без застосування добрив.

Поєднання в технології вирощування гречки обробки насіння та двох обприскувань посівів органічним добривом-біостимулятором забезпечило отримання урожайності 2,23 т/га, чистий прибуток – 38623 грн/га та рівень рентабельності – 471 % і найнижчу собівартість 1 т зерна – 3680 грн.

Висновки:

1. Застосування органічного добрива-біостимулятора в технології органічного вирощування гречки підвищує конкурентоздатність рослин по відношенню до бур'янів, що покращує фітосанітарний стан посівів, де зниження забур'яненості до кінця вегетації становило 29,6 %.

2. Поєднання обробки насіння гречки та дворазового обприскування посівів органічним добривом-біостимулятором сприяє збільшенню маси 1000 насінин, природи зерна та підвищенню урожайності гречки на 0,83 т/га, або на 59,3 %.

3. Виключення з технології вирощування органічного насіння гречки мінеральних добрив та хімічних препаратів, заміна їх на органічне добриво-біостимулятор забезпечує збільшення чистого прибутку на 16885 грн/га, знижує собівартість продукції на 1793 грн./га та підвищує рівень рентабельності до 471 %.

Список використаних джерел

1. Ігнатенко І. В., Салюк І.О., Скорик К. В. Деякі аспекти органічного виробництва в умовах сталого розвитку. Юридичний бюлетень. Вип. 15. 2020. 9 с.

2. Малинка Л. В., Шишкіна К. І., Дідур І. М. , та ін. Стан та виробництво органічної продукції в Україні. Вирощування гречки за застосування біопрепаратів. Агробіологія. Біла Церква: БНАУ, 2020. № 2. С. 90-97.

СЕКЦІЯ 8. СТАЛА ЕКОНОМІКА РЕСУРСІВ

УДК 338.439.02

СИРОВИННО-ПРОДУКТОВА ПРОСТЕЖУВАНІСТЬ ЯК ЧИННИК СТАЛОЇ ЕКОНОМІКИ РЕСУРСІВ

СЕРГІЙ ВЕРБИЦЬКИЙ, ОЛЕКСАНДР КУЦЬ, НАТАЛІЯ ПАЦЕРА

Інститут продовольчих ресурсів НААН України, Україна

Впроваджені системи сировинно-продуктової простежуваності повинні охоплювати життєвий цикл харчового продукту разом з усіма проміжними етапами, технологічними перетвореннями та новими продуктами, на які перетворюються вихідні продукти доти, доки харчові продукти не досягнуть споживача – згідно з відомими формулами «From Field to Fork» («Від поля до вилки») або «Від лану до столу». Основними елементами систем сировинно-продуктової простежуваності є: ідентифікація всіх продуктів та ресурсів, одиниць чи партій; збирання та зберігання інформації про їх переміщення; консолідація всіх елементів системи [1-3]. Для ефективного впровадження системи простежуваності слід зрозуміти, що стимулює, перешкоджає та уможливорює супровід (tracking) та відстеження (tracing) у сировинно-продуктовому ланцюжку [4].

Впроваджуючи системи простежуваності, слід зосередитися на тому, що стимулює, перешкоджає та уможливорює супровід і відстеження сировини та готових харчових продуктів вздовжусього ланцюжка поставок. Фахова література визначає пріоритети або ранги взаємопов'язаних чинників простежуваності – наприклад, у [4, 5] зазначено шістьнадцять драйверів, другим з яких є драйвер Dt2 «Втрати продовольства / Відходи продовольства». Значення цього драйвера полягає в тому, що зазначені концепти визначають втрату/збереження властивостей харчового продукту, та їх ефективний контроль за допомогою простежуваності сприяє зменшенню втрат продовольства, тобто ресурсозбереженню. У всьому світі близько 14% харчових продуктів губиться в процесі виробництва і, відповідно, продовольство не потрапляє до споживача. Певна частина цих втрат пов'язана з хімічним та мікробіологічним забрудненням харчових продуктів [6, 7].

Наявні в процесі виробництва сільськогосподарської сировини втрати продовольства, що виникають у ході первинної переробки та виробництва харчових продуктів, визначають, як зменшення кількості харчових мас у сировинних та продуктових ланцюжках, і, відповідно, харчових продуктів, призначених для споживання людиною. Втрати продовольства формуються під впливом таких факторів, як проблеми з інфраструктурою, клімат та стан довкілля, стандарти безпеки та якості, а також харчові традиції споживачів. Прикладами втрат продовольства можуть бути втрати продовольчої сировини при збиранні врожаю, псування харчових продуктів під час транспортування, забруднення харчових продуктів у процесі виробництва тощо. Відходи продовольства

утворюються у роздрібній торгівлі та за її споживанні. Відходи продовольства – це продукти, вироблені для споживання, але викинуті або використані не за призначенням. Концепт відходів охоплює і зіпсовані продукти харчування, і продукти, придатні в їжу на момент їх утилізації. Основними факторами утворення відходів продовольства є усвідомлені рішення споживачів та суб'єктів господарювання, стандарти безпеки та якості, а також харчові традиції споживачів харчових продуктів. Відходи продовольства формуються за рахунок відходів, що утворюються при споживанні їжі, при її неналежному зберіганні, а також за рахунок продукції підприємств громадського харчування, що не знайшла попиту [8-11]. Чинники, що визначають втрати та відходи продовольства в АПК наведено на рис. 1 та рис. 2 відповідно.



Рисунок 1 Причини втрат продовольства у виробничих ланцюжках АПК – адаптовано [8-10]



Рисунок 2 Причини утворення відходів продовольства у виробничих ланцюжках АПК – адаптовано з [8-11]

Система простежуваності у сировинному та продуктовому ланцюжку дозволяє ідентифікувати негідний продукт та організувати його видалення з процесу або відкликання з мереж дистрибуції. Звичайно, відгук харчових продуктів призводить до суттєвих витрат. Такі витрати, втім, цілком виправдані, оскільки фінансові втрати можна компенсувати, тоді як відновлення довіри споживачів та усунення поганої репутації конкретного продукту є надзвичайно складним завданням [4].

Отже, викладені вище міркування дозволяють стверджувати, що належним чином спроектована та впроваджена система сировинно-продуктової прослежуваності у цілком певний спосіб сприяє сталій економіці ресурсів стосовно сільського господарства, харчової та переробної промисловості тощо.

Список використаних джерел

1. Kuts O., Verbytskyi S., Kozachenko O., Patsera N. General provisions and practical ways to ensure traceability of raw materials and products in bakery industry. *Food Resources*. 2021. № 17. P. 72-87.
2. Yarali E. Gıda zincirinde izlenebilirlik. *Harran Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*. 2018. №. 23 (1). S. 108-119 .
3. Cárdenas López P.H. Diseño de una plataforma digital para la comercialización de productos agrícolas. Del campo a la mesa. Diss. Quito/UIDE/2021, 2021.
4. Patidar A, Sharma M, Agrawal R. Prioritizing drivers to creating traceability in the food supply chain. *Procedia CIRP*. 2021. №98. P. 690-695.
5. Haleem, A., Khan, S., Khan, M. I. Traceability implementation in food supply chain: A grey-DEMATEL approach. *Inf Process Agric*. 2019. № 6 (3). P. 335-348.
6. FAO. The State of Food and Agriculture. Moving Forward on Food Loss and Waste Reduction. Rome, Italy: FAO. 2019.
7. Yu Z, Jung D, Park S, Hu Y, Huang K, Rasco B.A., Wang S, Ronholm J, Lu X, Chen J. Smart traceability for food safety. *Crit Rev Food Sci Nutr*. 2020. № 7. P. 1-2.
8. Seminar K. B. Food chain transparency for food loss and waste surveillance. *Journal of Developments in Sustainable Agriculture*. 2016. № 11 (1). P. 17-22.

9. Thyberg K. L. Food waste and sustainability: Quantifying food waste disposal and evaluating the environmental impacts of technologies and policies. Stony Brook University, UMI Dissertations Publishing. 2015.

10. КуцьА. И., ВербицкийС. Б., БоковаС. Л., КозаченкоО. Б., ПацераН. Н. ПрослеживаемостьсырьевыхипродуктовыхцепочкахАПКкакфакторресурсосбережения. Энерго- и ресурсосберегающие технологии: опыты и перспективы: материалы IV международной научно-практической онлайн конференции (Кызылординский государственный университет им Коркыт Ата, 30 марта 2022г.). Кызылорда, 2022. – С. 309-314.

11. Verbytskyi S. Economic and social benefits of the introduction of traceability systems in the agro-industrial complex. Müasir təbiət və iqtisad elmlərinin actual problemləri: Beynəlxalq elmi konfrans materialları, V hissə, Gəncə: Gəncə Dövlət Universiteti, 6 – 7 may 2022 yil. S. 174-285.

УДК 504.054

ЕКОМОНІТОРИНГ ЯКОСТІ АТМОСФЕРНОГО ПОВІТРЯ ЯК СКЛАДОВА ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

АНДРІЙ КОНДУР

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

Стан довкілля – одна з найактуальніших проблем сучасності, тому оцінюється і контролюється на державному рівні. Збереження стану навколишнього середовища задля комфортного існування людей є важливим стратегічним чинником для України на шляху євроінтеграції.

Система державного моніторингу навколишнього природного середовища є багаторівневою:

- *глобально* поширюється на всю планету та навколоземний простір;
- *національний* рівень формується зі спостережень в межах країни;
- *регіонально* проводиться в територіальних громадах, на територіях економічних і природних регіонів;
- *локально* - на території окремих об'єктів (підприємств, міст, ділянках ландшафтів).

Моніторинг у галузі охорони атмосферного повітря проводиться з метою отримання, збирання, оброблення, збереження та аналізу інформації щодо викидів забруднюючих речовин та рівень забруднення атмосферного повітря, оцінки та прогнозування його змін і ступеня небезпечності та розроблення науково обґрунтованих рекомендацій для прийняття рішень у галузі охорони атмосферного повітря [1].

На підставі системного підходу можемо розглядати моніторинг атмосферного повітря як складову екологічної безпеки держави (рис.1).

Методологічне забезпечення об'єднання складових частин і компонентів системи моніторингу здійснюється на основі:

- єдиної науково-методичної бази щодо вимірювання параметрів і визначення показників стану довкілля, біоти і джерел антропогенного впливу на них;
- упровадження уніфікованих методів аналізу і прогнозування властивостей довкілля, комп'ютеризації процесів діяльності та інформаційної комунікації;
- загальних правил створення і ведення розподілених баз та банків даних і знань, картування і картографування екологічної інформації, стандартних технологій з використанням географічних інформаційних систем [2, с.15].



Рисунок 1 Місце екологічного моніторингу атмосферного повітря в системі екологічної безпеки держави

Взаємовідносини суб'єктів системи моніторингу ґрунтуються на взаємній інформаційній підтримці рішень; координації дій під час планування, організації та проведення екозаходів; спостережень за об'єктами довкілля та комп'ютеризації процесів діяльності; ефективному розв'язанню спільних завдань моніторингу довкілля та екологічної безпеки; відповідальності за повноту, своєчасність і достовірність переданої інформації; колективному використанні інформаційних ресурсів та комунікаційних засобів.

Одним з результативних показників екомоніторингу атмосферного повітря є Індекс якості повітря. Він використовується європейськими урядовими інституціями як дослідницький та комунікаційний інструмент для інформування соціуму про поточний стан забруднення повітря. Завдяки цьому Індeksu можна адаптувати міжнародний досвід моніторингу екологічних показників до українських даних.

Щорічне узагальнення результатів моніторингу дозволяють зробити оцінки викидів забруднюючих речовин і стану забруднення атмосферного повітря, здійснити прогноз його змін та впливу на довкілля і стан здоров'я населення. Узагальнені дані подаються органам влади задля прийняття управлінських рішень.

Список використаних джерел

1. Порядок організації та проведення моніторингу в галузі охорони атмосферного повітря. Постанова Кабінету Міністрів України від 9 березня 1999 р. № 343. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/343-99-п#Text>
2. Коваленко Ю. Л. Моніторинг довкілля. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2020. 144 с.

УДК 630 : 332.2 : 630*91

УДОСКОНАЛЕННЯ РЕНТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЛІСОГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ВОЛОДИМИР КАСЮХНИЧ

ДП «Ліси України», Україна

В даний час внаслідок зростання збитковості лісогосподарської діяльності проблема пошуку фінансових джерел покриття витрат в сфері лісокористування набуває особливої актуальності. Умови розвитку сучасної ринкової економіки визначаються ефективністю створення рентних відносин як в ринковому ціноутворенні на земельні та лісові ресурси, розподілі чистого доходу, формах галузевого капіталу, грошового обігу, а також і в закономірності розвитку національної і світової економіки в цілому. Одне з важливих питань рентної політики в лісогосподарській діяльності – це урівноваження економічних інтересів між усіма суб'єктами господарювання. Сучасне складне економічне становище нашої держави потребує пошуку нових ефективних шляхів активізації соціально-економічного розвитку [1, 2]. Тому важливого значення набуває максимальне використання рентних відносин в лісогосподарській діяльності як національного надбання на благо всього суспільства. Вирішення зазначеної проблеми неможливе без удосконалення державного регулювання лісогосподарської діяльності, що займає важливе місце в структурі національної економіки. Це потребує подальшого розвитку економічної теорії ренти як важливого підґрунтя вдосконалення рентної політики, а саме: реформування механізму вилучення та розподілу ренти, підвищення ефективності використання вилучених у бюджеті різного рівня рентних платежів з метою підвищення глобальної конкурентоспроможності та економічної безпеки національної економіки. Таким чином, дослідження проблем удосконалення рентних відносин в лісовому господарстві є актуальним та має важливе теоретичне і практичне значення.

Доведено, що на сьогодні ставки рентної плати за спеціальне використання лісових ресурсів є дуже низькими, не відповідають реальному доходу від природокористування в лісовій галузі і не забезпечують вилучення наднормативного прибутку. Визначено, щосутність поняття «рента в лісогосподарській діяльності» уособлює сукупність поєднання лісової і земельної ренти, невіддільної від землі; характеризується як «лісоземельна рента» і

розглядається як методологічна основа реалізації принципу платності та формування системи лісових відносин, а в їх складі – фінансових і податкових відносин у лісogосподарському землекористуванні. Це поняття найповніше відображає суть і зміст рентних відносин у лісogосподарській діяльності. Лісоземельна рента визначається як сукупність якісних характеристик лісової і земельної ренти, що передбачає взаємозв'язок державної форми власності та механізмів лісogосподарського землекористування для забезпечення відтворення лісових екосистем і задоволення соціально-економічних потреб суспільства. Інструментом вилучення лісоземельної ренти пропонуємо вважати податок на 1 га земель лісogосподарського призначення, що розраховується як частка від кадастрової вартості цих земель.

Кадастрова оцінка земель застосовується як основа для формування економічної оцінки земель лісogосподарського призначення. Саме кадастрова оцінка призначена для визначення прибутковості земель лісogосподарського призначення. Варто відзначити, що кадастрова оцінка двох окремих земельних ділянок однакового розміру та однакової якості, з ідентичними показниками місцезнаходження та цільового призначення буде також однаковою, оскільки до розрахунку не приймається інформація про наявність чи відсутність в момент оцінювання лісових насаджень на будь-якій з ділянок. Лісові насадження оцінюються окремо, тому до кадастрової оцінки земель лісogосподарського призначення не включаються. Кадастрова оцінка земельної ділянки у грошовому вираженні рівна чистому капіталізованому доходу, який потенційно може бути забезпечений шляхом вирощування на земельній ділянці еталонних лісових насаджень, від початку проведення економічної оцінки та до невизначеного терміну в майбутньому, з метою забезпечення усіх видів лісogосподарського виробництва. У спрощеному вигляді визначення експлуатаційної цінності земельних угідь, коли мова йде про оцінку тільки деревостану, здійснюється за формулою (1):

$$CI = QT \times P - C_{rf} / (1+e)^T - 1, \quad (1)$$

QT – експлуатаційний запас деревини на корені у віці головної рубки, м/га;

P – ціна знеособленого кубометра деревини в попередньому році, грн;

C_{rf} – витрати на лісogосподарський відтворення, грн/га;

T – вік рубки головної рубки, років;

e – коефіцієнт капіталізації.

Витрати на лісogосподарський відтворення визначаються за нормативами витрат на відтворення еталонних насаджень залежно від виду лісових культур. Рентне регулювання лісogосподарської діяльності має передбачати дію системи нульових вилучень, тобто «нульова рента» повинна плануватися для лісogосподарців, діяльність яких здійснюється в найгірших умовах лісogосподарства. Тому процес встановлення податкових платежів, а також податкових пільг має вирішуватися індивідуально для кожного окремого об'єкта землекористування в лісовому господарстві.

Список використаних джерел

1 Дребот О.І., Касюхнич В.Ю. Інституціональна модель балансування інтересів суб'єктів землекористування в лісовому господарстві. Вісник Сумського

національного аграрного університету. 2017. Вип. 4 (71). С. 67–72. (Серія: Економіка і менеджмент).

2 Шкуратов О.І. Оцінка конкурентного потенціалу лісгосподарських підприємств. Науковий вісник НЛТУ України: Збірник науково-технічних праць. Львів: РВВ НЛТУ України. 2013. [Вип. 23.03](#). С. 309–314.

УДК 630:330.3

СТАЛИЙ РОЗВИТОК УПРАВЛІННЯ ЛІСАМИ В УКРАЇНІ

ОЛЕНА МАРЦЕНЮК

Інститут агроекології і природокористування НААН, Україна

За оцінками, щороку, починаючи з 2000 року, ліси поглинали з атмосфери в середньому 2 мільярди метричних тон вуглецю [1]. Ця «функція поглинача вуглецю» лісів уповільнює зміну клімату, зменшуючи швидкість, з якою CO₂, в основному від спалювання викопного палива, накопичується в атмосфері. Таким чином, управління лісами може стати важливою стратегією, яка допоможе вирішити проблему зміни клімату в майбутньому. Здорові ліси також забезпечують безліч інших переваг, від чистої води до середовища існування рослин і тварин, які більше ніде не можуть жити [2].

Лісові екосистеми відіграють важливу роль у глобальній зміні клімату як поглинач і джерело викидів вуглецю, збереженні біорізноманіття, а продукція лісівництва та лісозаготівлі забезпечує виробництво товарів, які часто є дружнішими до довкілля і вуглецю, ніж альтернативні товари. Відповідне управління лісами сприятиме досягненню їх сталого розвитку.

За даними звіту голови Державного агентства лісових ресурсів України за 2022 р. [3] загальна площа лісових ділянок, що належать до лісового фонду України, становить 10,4 млн га, в тому числі вкриті лісовою рослинністю 9,6 млн га. Лісистість України становить 15,9%. Україна займає 9-те місце у Європі за площею лісів та 7-те місце за запасами деревини. Умови для лісовирощування в Україні украй неоднорідні, тому ліси поширені територією держави нерівномірно. Лісистість у різних природних зонах має значні відмінності й не досягає оптимального рівня, за якого ліси найпозитивніше впливають на клімат, ґрунти, водні ресурси, протидіють ерозійним процесам, а також забезпечують одержання більшої кількості деревини. Більше половини лісів країни створені людиною та потребують посиленого догляду.

Збройна агресія російської федерації проти України має суттєві наслідки для лісового господарства України – 2.9 млн га лісів мають різні рівні пошкодження. З урахуванням лісів АР Крим та Луганської та Донецької областей, які були окуповані до 2022 року, на даний час близько 1 млн га лісів знаходяться в окупації чи перебувають під впливом активних бойових дій. Забруднення лісів вибухонебезпечними предметами на даний час є найбільшою проблемою лісового господарства. На даний час 690 тис. га потребують розмінування, але ця цифра збільшується щодня не тільки за рахунок де окупації територій, але й за рахунок

подальшого мінування територій на кордоні України та білорусі. Наступною суттєвою проблемою є руйнування та пошкодження об'єктів лісового господарства, російські війська вивозять все обладнання та техніку. Крім того необхідно враховувати кількість мобілізованого обладнання та проблеми з електропостачанням у 2022 р. [3].

В Україні прийнято Державну стратегію управління лісами до 2035 року [4], у якій передбачено вирішення ключових проблем галузі: запровадження ефективного управління лісами шляхом реформування діючої системи, забезпечення стійкості лісів до зміни клімату, проведення цифровізації галузі, розвиток рекреації, наукового потенціалу та створення належної системи підготовки фахівців.

Кліматичні зміни впливають на стан і здоров'я лісу, спричинюючи такі порушення, як часті і тривалі посухи, лісові пожежі, часті бурі, масові поширення шкідливих комах, інвазійних видів, воєнна агресія РФ в Україні. Все це зумовлює зниження продуктивності лісів, всихання лісів, зникнення лісових екосистем, зниження лісового біорізноманіття та, як наслідок, зниження поглинання та утримання вуглецю лісами України.

Стале управління лісами досягається шляхом прийняття зважених рішень, які враховують економічні, соціальні та екологічні аспекти розвитку.

Екологічно стале управління лісами забезпечує: покращення якості повітря через вироблення кисню і вловлювання забруднювачів повітря; зменшення втрат біорізноманіття; пом'якшення змін клімату завдяки накопиченню вуглецю в лісовому ґрунті та деревах; запобігання ерозії ґрунту; зменшення затоплення.

Економічно стале лісогосподарство здійснює лісозаготівлю із врахуванням вимог збереження лісів. Економічний аспект сталого лісового господарства покращує: можливості працевлаштування; зростання доходів населення; торгівельні відносини між країнами; залучення інвестицій та ін.

Соціально стійкі методи ведення лісового господарства спрямовані на виконання наступних завдань: покращення рівня життя місцевих громад; забезпечує робочі місця у лісовому господарстві; виконує вимоги безпеки праці в лісах; забезпечує гендерну та расову рівність, трудові права та інші соціальні гарантії.

В останні роки відбулися позитивні зміни в системі вітчизняного лісового господарства та управління ним: правові, соціально-економічні, екологічні, розробляється Платформа відновлення лісів України. В той же час війна РФ в Україні зумовила виникнення проблеми замінування, тому необхідно визначити розмір пошкоджених і замінованих лісових територій і розробити нормативно-законодавче забезпечення управління лісами на таких територіях.

Комплексне впровадження принципів сталого управління лісами сприятиме лісовідновленню, біорізноманіттю і здоров'ю лісів, забезпечуючи захист і реалізацію потенціалу лісів України.

Список використаних джерел

1. Harris N.L., Gibbs D.A., Vaccini A., Birdsey R.A., Bruin S. de, et al. Global maps of twenty-first century forest carbon fluxes. Nature Climate Change. 2021. № 11. pp. 234-240. URL: <https://www.nature.com/articles/s41558-020-00976-6>.

doi:10.1038/s41558-020-00976-6.

2. Melillo J. Forests and Climate Change. URL: <https://climate.mit.edu/explainers/forests-and-climate-change>

3. Публічний звіт голови Державного агентства лісових ресурсів України за 2022 рік. Державне агентство лісових ресурсів України: офіційний сайт. URL: https://forest.gov.ua/storage/app/sites/8/public_zvit/publichnii-zvit-za-2022.pdf

4. Державна стратегія управління лісами України до 2035 року. Розпорядження КМУ № 1777-2021-р. від 29.12.2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1777-2021-%D1%80#Text>.

УДК 005.934:[712.253:911.375.64](043.2)

ВИМОГИ БЕЗПЕКИ ДО МІСЬКИХ ПАРКІВ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

МИКОЛА ПЕТРУШЕНКО, НАТАЛІЯ ВЕРНІГОРОВА

ДУ «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України», Україна

Актуальність безпеки парків як новітня проблема постала через пандемію COVID-19, коли міські парки зіткнулися з необхідністю організації безпеки масового відпочинку. Так у процесі досліджень порушилися проблеми не лише санітарно-епідемічної безпеки, але і протидії різним надзвичайним ситуаціям [1], серед них наступні: безпека на відкритих просторах, безпека на території пам'яток, у місцях великих зібрань людей, безпека при надзвичайних природних умовах та екологічних ситуаціях, протидія агресивній поведінці та надання невідкладної медичної допомоги, безпека немовлят та дітей молодшого віку, безпека та допомога людям з обмеженими можливостями. Також є останні дослідження, які стосуються ролі реагування парків на катастрофи, з метою планування парків, які протидіють та нівелюють небезпечні природні умови [2].

Питання безпеки та експлуатації захисних споруд в Україні регулюються наступними нормативними актами: Наказом № 579 «Про затвердження вимог з питань використання та обліку фонду захисних споруд цивільного захисту», від 9.07.2018 [3], та Державними будівельними норми України (ДБН В.2.2-5-97), від 8.07. 1997 [4]. В жодному з документів не розглядаються питання забезпечення укриттями таких цивільних об'єктів як міські парки. Тому рекомендуємо вдосконалення нормативних документів щодо безпеки даних об'єктів цивільної інфраструктури.

Порушення питання безпеки у парках є відповіддю на виклики проблем сучасності. Можна виділити такі основні фактори формування потреб до рівня безпеки парків в сучасній Україні: протидія небезпеці у воєнний час [5], протидія терористичним загрозам під час масового зібрання людей, небезпечні природні умови, пошкодження інфраструктури та її застарілість. Серед актуальних аспектів безпеки парків у найближчі роки повоєнної відбудови, передбачаємо наступні:

– **Безпека громадян при надзвичайних ситуаціях:** наявність укриттів під час екстремальних природних умов; наявність візуальних вказівників щодо переміщення до укриттів, медичних пунктів; інформаційні табло щодо поведіння під час екстремальних природних умов; наявність замаскованих бомбосховищ на території парку; наявність декількох шляхів евакуації з території парку з високою пропускнуою здатністю; навчання персоналу парку організації громадян під час виникнення загроз.

– **Безпека дітей на території парку:** інфраструктурне зонування майданчиків для дітей за віковими категоріями; безпечна інфраструктура для дітей з обмеженими можливостями; наявність камер спостереження; заходи безпеки дітей біля відкритих водойм.

– **Громадська безпека:** наявність медичних пунктів або засобів надання невідкладної медичної допомоги на території парку; зв'язок адміністрації парку зі службами правопорядку, порятунку та медичними установами; навички працівників парку щодо визначення небезпечних громадян та порушників правопорядку, інструкції щодо протидії.

Як показав досвід військових подій в Україні 2022 року, ворог підступно обстрілює приміщення, де переховуються люди. Крім того, населення страждає і від окупаційного режиму – відбуваються злочини проти мирних мешканців. Тому є сенс побудови таємних та замаскованих укриттів, які будуть розташовані у несподіваних для ворога місцях. Такими укриттями можуть стати бомбосховища у міських парках, вхід у які замаскований у декоративних гротах, печерах, та інших елементах садової архітектури. Особливо актуальним таке рішення є для великих парків, які є осередком відпочинку значної кількості населення. У ДБН В.2.2-5-97 в пункті 1.11 сказано, що сховища слід розміщувати «у місцях найбільшого зосередження персоналу, який переховується». В сучасних умовах розвитку відпочинкової культури у містах, вважаємо за необхідне розміщення сховищ і в місцях популярного громадського простору та скупчень рекреантів. Досвід розміщення таємних укриттів, а також складів зброї, тунелів та артилерійських позицій, існує у Швейцарії, щоправда у гірській місцевості[6]. Для України, в умовах високих загроз міському населенню, альтернативою замаскованих укриттів у міських умовах можуть стати парки.

Список використаної літератури

1. Jaimie Clout, CPRP, CPO, LGIT. Is Your Organization Ready for an Emergency? Parks & Recreation, May 2022. P. 40 – 23. URL: <https://www.nrpa.org/parks-recreation-magazine/2022/may/is-your-organization-ready-for-an-emergency/>

2. Taj Schottland. The Role of Parks in Disaster Planning, Recovery and Response. Parks & Recreation, April 21, 2022, P. 26 – 27. URL: <https://www.nrpa.org/parks-recreation-magazine/2022/may/the-role-of-parks-in-disaster-planning-recovery-and-response/>

3. Наказ № 579 «Про затвердження вимог з питань використання та обліку фонду захисних споруд цивільного захисту», від 9.07.2018 <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0879-18#Text>

4. Державні Будівельні норми України (ДБН В.2.2-5-97), від 8.07. 1997
<http://kbu.org.ua>

5. До уваги кам'ячан – безпека під час відвідування міських парків. МІС.
URL: <https://mis.dp.ua/news-ua/do-uvagy-kamyanchan-bezpeka-pid-chas-vidviduvannya-miskyh-parkiv/>

6. Бомбосховища в Україні: що передбачає післявоєнна відбудова? URL:
https://lb.ua/blog/elena_shuliak/513553_bomboshovishcha_ukraini_shcho.html

УДК 004.8

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

МАРІЯ МАЙБОРОДА, ЮРІЙ ПИСЬМЕННИЙ

Державний біотехнологічний університет, Україна

Використання штучного інтелекту, зокрема нейронних мереж, та роботів може допомогти підвищити ефективність сільського господарства і зекономити багато часу та ресурсів. Це дозволяє досягти значного приросту врожайності, що стає особливо важливим в умовах зростаючої кількості населення на планеті та зниження врожайності через зміну клімату. Однак, вже існуючі території для вирощування культурних рослин вже обробляються, тому знайти нові місця для збільшення кількості продуктів харчування стає складніше. У зв'язку з цим, багатьма компаніями та науковцями розробляються цікаві розробки, які допомагають вирішувати ці проблеми.

Вирішення цієї проблеми можна досягти за допомогою використання новітніх технологій, а саме шляхом застосування нейромереж та штучного інтелекту для розробки сільськогосподарських роботів та систем контролю врожаю. Нейромережі є найбільш перспективним напрямком, оскільки вони є ідеальним інструментом для розв'язання прикладних завдань. Нейромережі «навчаються» залежно від закономірностей, які вони знаходять у завантажених даних, що дозволяє їм використовувати цю інформацію для подальшої роботи. Отже, використання нейромереж та штучного інтелекту має багато переваг у розв'язанні даної проблеми.

Штучні нейронні мережі можуть швидко розпізнавати образи фото і відео, прогнозувати та приймати рішення, як і людина. Однак, вони працюють з великими обсягами даних швидше та ефективніше, що робить їх ідеальним інструментом для оптимізації сільського господарства. Наприклад, для вимірювання площі сотень гектарів та відслідковування мільйонів тварин, штучні нейронні мережі можуть збирати та аналізувати велику кількість даних, які важко аналізувати людині.

Також, збільшення якості та кількості врожаю, а також збільшення поголів'я худоби, залежить від багатьох факторів, які складно проаналізувати людині, навіть з досвідом. Сучасні технології вже допомагають фермерам збирати врожай, стежити за худобою та будувати прогнози. Це можливо завдяки успішним

розробкам, які використовують роботів та штучний інтелект в сільському господарстві.

В останні роки, впровадження інформаційних технологій у сільському господарстві суттєво змінило способи обробки сільськогосподарських культур та управління полями. Новітні технології дозволили переглянути концепцію сільського господарства, зробивши його більш ефективним, безпечним, простим та вигідним. Фермери визнали п'ять найкращих технологій, які найбільше сприяють розвитку цієї галузі.

Серед них можна виділити ГІС технології та GPS в сільському господарстві, які дозволяють фермерам контролювати та управляти різними аспектами господарювання, включаючи розташування поля, оптимальну кількість добрив та зменшення негативного впливу на довкілля. Також, використання супутникових знімків допомагає збирати різноманітні дані про господарство, що сприяє підвищенню ефективності та економії коштів.

Дрони та інші аерофотознімки використовуються для збирання інформації про різні аспекти господарювання, включаючи визначення точного місця та кількості добрив, виявлення патогенних ознак на рослинах та виявлення будь-яких інших проблем.

Інформаційні технології для сільського господарства та онлайн-дані є важливими факторами для підвищення продуктивності та ефективності господарювання. Вони дозволяють фермерам в режимі реального часу контролювати різні аспекти господарювання та приймати рішення на основі точних даних.

Інформаційні технології для сільського господарства та онлайн-дані дозволяють фермерам отримувати точні інформаційні дані про стан їхніх полів та культур. Наприклад, засоби дистанційного зондування можуть дати інформацію про вологість, засоленість, рН-рівень ґрунту та інші показники, які є важливими для успішного вирощування рослин. Збирання та аналіз цих даних можуть допомогти фермерам приймати рішення про те, коли та як поливати, які добрива використовувати та як краще доглядати за культурами.

Об'єднання наборів даних допомагає фермерам більш ефективно використовувати свої ресурси. Наприклад, інформація про стан ґрунту, погоду та інші показники можуть бути об'єднані, щоб підказати фермерам, коли найкращий час для посіву, поливу та збору врожаю. Це може допомогти зменшити кількість втрат та покращити якість врожаю.

Узагальнюючи, інформаційні технології в сільському господарстві дозволяють фермерам ефективніше використовувати свої ресурси, зменшувати вплив на навколишнє середовище та покращувати якість вирощуваних культур. Ці технології є важливим інструментом у забезпеченні сталого та прибуткового розвитку сільського господарства.

Отже, щоб оптимізувати процеси сільського господарства, необхідно зібрати велику кількість первинної інформації для навчання штучних нейронних мереж в зрозумілому для них форматі та інтегрувати цю інформацію в робочі процеси. Завдяки цьому, сучасні технології допоможуть фермерам зробити правильні рішення та досягти більш високих результатів.

Фермерам також вигідно використання систем на основі штучного інтелекту (ШІ-систем), які мають більший спектр застосування, ніж роботизовані пристрої, але завдання, які вони вирішують, часто різні. Хоча деякі завдання можуть мати спільні риси в обох типах систем.

Штучний інтелект та робототехніка можуть істотно покращити продуктивність в сільському господарстві та зменшити навантаження на фермерів. Тому радимо вам використовувати сучасні технології в вашому господарстві, щоб підвищити ефективність роботи та насолоджуватись процесом праці.

СЕКЦІЯ 9. ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА ПОДОЛАННЯ БІДНОСТІ

УДК 330

ДОСВІД ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН У РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО АДАПТАЦІЇ В УКРАЇНІ

ВЕРОНІКА ЧАЛА, ДАРІЯ ВИДАЙ

ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва і архітектури», Україна

У сучасному світі, з підвищенням середньої температури планети та зменшенням запасів природних ресурсів, зелена економіка стала однією з найактуальніших проблем для всіх країн. Однак впровадження зеленої економіки може бути складним завданням, особливо для країн зі слабким економічним та інфраструктурним розвитком.

Перш за все, слід зазначити, що зелена економіка – це економіка, яка спрямована на зменшення впливу господарської діяльності на навколишнє середовище та збереження природних ресурсів. У цьому контексті для України може бути корисним досвід країн, які перейшли до зеленої економіки.

Однією з найуспішніших країн із зеленою економікою є Данія. За даними Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), країна скоротила викиди парникових газів на 33% з 1990 по 2019 рік [2]. Для досягнення цієї мети Данія вжила ряд заходів, таких як збільшення використання відновлюваних джерел енергії, заохочення електромобілів і велосипедів, а також підвищення енергоефективності будівель. Україна також могла б використати цей досвід, особливо щодо збільшення використання відновлюваної енергії та підтримки електромобілів і велосипедів, як засіб скорочення використання вуглеводнів. Данія є одним зі світових лідерів у сфері зеленої енергетики та поставила за мету повністю відмовитися від викопного палива до 2050 року [3]. Країна інвестує значні кошти у вітроенергетику та розробляє інноваційні технології для підвищення енергоефективності.

Крім того, Україна також може скористатися досвідом розвинених країн у сфері утилізації відходів, запровадивши систему збору та переробку у відновлювані ресурси. Наприклад, Нідерланди, які вважаються однією з найбільш екологічно свідомих країн у світі, мають систему роздільного збору відходів, яка збирає та переробляє понад 80% сміття.

Ще одним цікавим прикладом розвитку зеленої економіки є Ісландія, яка має унікальну перевагу у своїх багатих геотермальних ресурсах, які використовуються для сталого розвитку країни. Країна виробляє майже 100% своєї електроенергії з відновлюваних джерел, переважно геотермальної та гідроелектроенергії. Ісландія також досягла успіхів у розвитку екологічного транспорту, наприклад автобусів, що працюють на водневому паливі. Геотермальна енергія використовується для багатьох галузей в Ісландії. 57,4% енергії використовується для обігріву приміщень, 25% - для електроенергії, а

залишок використовується у багатьох різних сферах, таких як басейни, рибні господарства та теплиці [4]. На території України можна знайти джерела від 30 °С до 80 °С. Переважна кількість яких розташована у Закарпатській області. Пов'язано це з тектонічною будовою цього регіону, адже тут в земній корі є багато розломів різної глибини і поверхневі води розломами проникають в надра, нагріваються й насичуються мінералами, а потім під тиском витісняються на поверхню [5]. В Україні можливо також використання геотермальних джерел взявши за зразок досвід та приклад Ісландії.

Для адаптації до зеленої економіки в Україні необхідно після закінчення війни впроваджувати ефективні національні програми, які підтримують використання відновлюваних джерел енергії та підвищення енергоефективності. Також необхідно стимулювати інвестиції у відновлювану енергетику та розвиток інфраструктури, що сприятиме розвитку екоіндустрій та створюватиме нові робочі місця.

Крім того, українські компанії можуть перейняти досвід іноземних компаній, які успішно реалізують проекти у сфері відновлюваної енергетики та енергоефективності. Для популяризації «зеленої» економіки та підвищення обізнаності в екологічних питаннях також важливо підвищити рівень екологічної освіти населення та бізнесу

Тому закордонний досвід розвитку зеленої економіки може стати орієнтиром для розвитку України в цьому напрямку. Адаптація до зеленої економіки в Україні потребує реалізації ефективних національних програм, які стимулюють інвестиції у сфері відновлюваної енергетики та розвитку інфраструктури, а також підвищення рівня екологічної освіти населення та бізнесу в цілому.

Список використаних джерел

1. Маковоз О.С., Передерій Т.С. Зелена економіка як запорука сталого розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://dspace.univd.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/4372/Zelena%20ekonomika%20yak%20zaporuka%20staloho%20rozvytku_Makovoz_Perederii_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
2. Методологія моніторингу зеленого зростання (ОЕСР). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.oecd.org>
3. Гелетуха Г.Г., Железна Т.А., Праховнік А.К. Аналіз енергетичних стратегій країн єс та світу і ролі в них відновлюваних джерел енергії Біоенергетична асоціація України, 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uabio.org/wp-content/uploads/2020/04/uabio-position-paper-13-ua.pdf>
4. The Independent Icelandic and Northern Energy Portal [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://web.archive.org/web/20190903121330/https://askjaenergy.com/iceland-introduction/iceland-energy-sector/>
5. Термальні джерела України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://visitukraine.today/uk/blog/41/termalni-dzerela-ukraini-krashhii-ozdorovcii-vidpocinok>

ЕКОЛОГІЧНЕ ОПОДАТКУВАННЯ ЯК ВЕКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

ВАЛЕРІЯ ВОВК

Вінницький національний аграрний університет, Україна

Інструментом контролю держави, який має на меті стимулювати суб'єктів господарювання відповідально здійснювати виробничо-господарську діяльність, скорочувати обсяги накопичення відходів, особливо небезпечних, знижувати обсяги викидів/скидів забруднюючих речовин у атмосферне повітря/водні об'єкти, встановлювати пряму залежність розміру податкових відрахувань від ступеня негативного впливу на довкілля, мобілізувати кошти до бюджетів різних рівнів із метою фінансування витрат на охорону навколишнього середовища та раціональне використання природних ресурсів, популяризувати екологічно чисті технології, стимулювати інноваційне безвідходне виробництво, сприяти розвитку альтернативної енергетики і збереженню природних ресурсів, є екологічний податок.

Сфера застосування податку на CO₂ у кожній країні різна, що призводить до різної частки викидів парникових газів, які можливо покрити податком. Наприклад, іспанський податок на вуглець поширюється лише на фторовані гази, оподатковуючи лише 3% загальних викидів парникових газів у країні. Норвегія навпаки нещодавно скасувала більшість пільг та знизила ставки вуглецевого податку, покриваючи тепер понад 60% своїх викидів[1, с. 225].

У багатьох європейських країнах (Фінляндія, Данія, Великобританія, Швеція) надходження від екологічних податків, у тому числі від податку на викиди вуглецю мають цільовий характер і направлені на заходи боротьби із кліматичними змінами. В Україні кошти від податку на викиди вуглецю, окрім у разі нижчої ставки оподаткування, надходять у загальний фонд державного бюджету і не мають цільового спрямування, що негативно впливає на екомодернізацію підприємницького сектору та зниження викидів парникових газів.

У економіці країн ЄС(EU-27) надходження від екологічних податків (табл. 1) є однією із бюджетоформуєчих статей доходів. Щороку обсяги надходжень, акумульованих у бюджеті країн ЄС справлянням екологічних податків зростали, винятком є тільки 2020 р. Так, у 2020 р. дана стаття доходів країн ЄС скоротилася порівняно із 2016 р. на 10,32 млрд євро. Найбільша сума надходжень від екологічних податків серед країн-членів ЄС у Італії та Франції – 58,20 млрд євро та 58,19 млрд євро відповідно, також у Німеччині – 57,53 млрд євро у 2020 р. В Україні сума надходжень від сплати екологічних податків, як і у країнах ЄС, зростала протягом 2016-2019 рр., проте у 2020 р. скоротилася на 0,07 млрд євро у порівнянні з 2016 р. та надалі залишається мізерною у порівнянні з іншими країнами – 0,17 млрд євро у 2020 р. (для зручності порівняння з країнами ЄС, сума надходжень від екологічного податку в Україні конвертована у євро відповідно до валютного курсу НБУ станом на 31 грудня відповідного року).

Надходження загальних екологічних податків до бюджетів деяких країн-членів ЄС та України, 2016-2020 рр., млрд євро

№ з/п	Країна	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	Відхилення 2020/2016
1	ЄС (EU-27)	310,20	316,59	324,71	329,815	299,88	-10,32
2	Німеччина	58,44	59,26	59,73	61,12	57,53	-0,91
3	Італія	59,48	58,00	58,58	58,38	58,20	-1,28
4	Франція	50,13	53,05	56,04	56,33	58,19	8,06
5	Нідерланди	23,75	24,64	25,88	27,57	25,38	1,63
6	Іспанія	20,79	21,37	22,08	22,02	19,58	-1,21
7	Польща	11,56	12,51	13,47	13,55	13,39	1,83
8	Бельгія	11,47	12,00	12,42	12,63	11,60	0,13
9	Данія	11,07	10,81	10,93	10,22	9,89	-1,18
10	Швеція	10,34	10,15	9,81	9,78	9,62	-0,72
11	Швейцарія	8,56	8,53	8,60	9,04	9,03	0,47
12	Австрія	8,38	8,84	8,78	9,06	7,98	-0,4
13	Фінляндія	6,71	6,69	6,85	6,73	6,49	-0,22
14	Норвегія	8,04	8,12	8,11	7,63	6,45	-1,59
15	Греція	6,65	7,13	6,82	7,09	6,23	-0,42
16	Україна	0,18	0,14	0,16	0,24	0,17	-0,07

Джерело: сформовано автором за даними[2, 3]

Таким чином, на нашу думку, в Україні система справляння екологічних податків є досить лояльною, тому необхідно поступово підвищувати їх ставки для стимулювання ресурсоефективної, безвідходної виробничо-господарської діяльності підприємствами та здійснення заходів щодо охорони навколишнього природного середовища.

Екологічні податки виступають основним інструментом стимулювання суб'єктів господарювання до раціонального природокористування, енерго- та ресурсозбереження, а також впровадження у виробничо-господарську діяльність інноваційних безвідходних технологій.

Особливості вітчизняної системи справляння екологічних податків повинні посилити зацікавленість до подальшого дослідження питань підвищення рівня ефективності політики екологічного оподаткування, особливо різних аспектів впровадження екологічних податків, які стимулюватимуть до зменшення негативного впливу на навколишнє природне середовище, раціонального ресурсокористування, використання безвідходних та маловідходних технологій та збільшення частки альтернативних джерел енергії у виробничо-господарській діяльності підприємств.

Список використаних джерел

1. Гончарук І.В., Ємчик Т.В., Вовк В.Ю. Екологічне оподаткування як інструмент впливу на обсяги утворення відходів: імплементація європейського досвіду в Україні. *Бізнес Інформ.* 2022. №11. С. 221-230. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-11-221-230>.

2. Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/>

3. Державна казначейська служба України. URL: <https://www.treasury.gov.ua/ua/>

4. Гончарук І.В., Вовк В.Ю. Виробництво біометану з агробіомаси в Україні: проблеми та перспективи. *Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка.* 2022. №2 (37). С. 65-72. DOI: <https://doi.org/10.37406/2706-9052-2022-2-10>.

**УПРАВЛІННЯ ЗЕЛЕНОЮ ІНФРАСТРУКТУРОЮ УРБОЕКОСИСТЕМ
ЛАРИСА ЧЕРЧИК**

Волинський національний університет імені Лесі Українки, Україна

Суттєві зміни в довкіллі викликають екологічні проблеми, які загострюються, особливо на урбанізованих територіях. Водночас, зростає усвідомлення необхідності призупинення негативних процесів на цих територіях шляхом застосування альтернативних методів та технологій використання природних компонентів для вирішення проблем різного характеру[1-3]. Зазначеному відповідає концепція зеленої інфраструктури, яка знайшла втілення в багатьох країнах, а застосування її технологій допомогло вирішити екологічні, соціально-економічні проблеми малих та великих міст[4-6].

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних основ управління зеленою інфраструктурою урбоекосистем.

Розробка теоретико-методологічних основ формування системи управління зеленою інфраструктурою урбоекосистем передбачає визначення його суб'єктів, об'єктів, основоположних принципів, критеріїв, інструментів формування та забезпечення функціонування.

Основними концепціями та теоріями для розробки основоположних принципів формування системи управління зеленою інфраструктурою урбоекосистем авторами прийняті: концепції сталого розвитку, концепція екорозвитку, концепція екологічної безпеки, концепція інформаційно-екологічного суспільства, концепція екології, концепція екоінноваційного розвитку, концепція глибинної екології.

Система управління зеленою інфраструктурою урбоекосистем повинна базуватись на принципах: екологізації містобудівної діяльності, цілісності та стійкості (самодостатності); інклюзивності; адаптивності; оптимізації життєдіяльності суспільства, балансу економічних, екологічних та соціальних інтересів на всіх рівнях управління; біоетичності як ментальних трансформацій світосприйняття та екологічно орієнтованих (зелених) рухах; мінімізації ризику та впорядкованості та раціональності дій; обмежених можливостей; превентивності як відстеження екологічного імперативу в діяльності всіх стейкхолдерів урбоекосистеми; відповідальності.

Об'єкт управління повинен бути чітко визначений, що є однією з найбільш проблемних питань управління зеленою інфраструктурою. Тобто доцільно скласти реєстри таких об'єктів, які базуються на єдиному підході до визначення сутності зеленої інфраструктури урбоекосистем, щоб забезпечити відповідність використання термінів у нових законодавчих актах, кадастрах, положеннях, державних стандартах.

Суб'єктами управління зеленою інфраструктурою урбоекосистеми є органи місцевого самоврядування, громадські організації, керівництво підприємств та інших організацій міста.

Традиційний перелік, проте наповнення має бути інше, оскільки пропонується не одномоментні дії щодо реалізації окремих проектів розбудови зеленої інфраструктури, а перманентні процеси з вбудованими інструментами нормативно-правового, адміністративного, економічного впливу. Найперше це передбачає зміну управлінського апарату органів місцевого самоврядування з відповідними корективами у його організаційній та функціональній структурах.

По-друге, імплементація системо-ціннісних екологічних орієнтирів передбачає формування та підвищення екологічної культури, свідомості, світосприйняття населення, роз'яснення сутності екологічного імперативу суспільного розвитку; посилення функції інформування населення та надання доступу до екологічно значущої інформації; формування середовища місцевого екологічного підприємництва, надання підтримки та доступу до природоохоронних місцевих фондів через спрощення механізмів державних дотацій; проведення систематичних екологічних тренінгів, семінарів та освітніх заходів екологічної спрямованості.

По-третє, необхідні фахівці відповідного профілю зі спеціальними знаннями та вміннями, здатними до виконання завдань створення об'єктів зеленої інфраструктури та управління ними.

Вважаємо, що найбільшою проблемою є використання ситуаційного управління, націленого на реалізацію коротко- та середньострокових цілей розвитку міста, а вирішення його екологічних проблем вимагає використання інструментів стратегічного екологоорієнтованого управління, проте його класична схема передбачає корегування, щоб забезпечити обґрунтування, прийняття та реалізацію управлінських рішень щодо досягнення екологічно безпечного та економічно ефективного стратегічного розвитку міста.

Загальними критеріями ефективності управління зеленою інфраструктурою урбоєкосистеми є: екологічна безпека, соціальна привабливість та економічна ефективність. Частковими – задовільний стан здоров'я населення міста; безпека життєдіяльності; належний рівень екологічного, санітарно-гігієнічного стану території міста; високий рівень комфортності проживання; можливості самостійного матеріального забезпечення жителів, їх самореалізації та розвитку.

Окремої уваги заслуговують інструменти управління зеленою інфраструктурою урбоєкосистеми.

Україна поставила за мету інтегруватися у Європейський Союз, а це передбачає виконання певних вимог. У ЄС сформовано понад 300 правових актів (конвенції, директиви, постанови, правила та рекомендації), які визначають його екологічну політику. Відбуваються процеси створення і впровадження інтегрованих систем управління якістю (ДСТУ ISO 9001, ДСТУ ISO 14000, OHSAS 18000), які відповідають вимогам міжнародних стандартів. В Україні існує достатньо розвинене екологічне право, створена відповідна інституційна структура. Впроваджені положення про екологічний моніторинг та екологічне прогнозування. Недоліком є використання переважно адміністративних методів управління, виконання зазвичай фіскальних, інспекційних, контролюючих функцій органами управління. Ще одним недоліком, на нашу думку, є негнучкість цієї системи і нездатність вирішувати проблеми узгодження економічних,

соціальних та екологічних інтересів держави, суб'єктів господарювання, окремих членів суспільства в межах певної території. Жорстко централізована система управління, сформована за ієрархічним принципом, яка не має альтернатив, не спонукатиме до розвитку місцевої ініціативи та самостійності та врахуванню проблем, характерних для окремих міських територій.

Екологоорієнтована архітектурно-планувальна діяльність, що включає об'єкти зеленої інфраструктури на передпроектній, проектній стадіях містобудування, на етапі ландшафтного планування, зонінгу, реконструкції чи оновленню старих житлових масивів, ревіталізація урбоєкосистеми.

Сучасний інструментарій містобудівного моделювання дозволяє визначити контури конкретної території на основі різноманітний сценаріїв екологічно прийняттого соціально-економічного та технологічного розвитку з урахуванням можливостей застосування об'єктів зеленої інфраструктури.

Таким чином, управління зеленою інфраструктурою урбоєкосистеми доцільно розглядати як дієвий інструмент забезпечення екологічної безпеки, людського розвитку, якості життя населення міста відповідно принципів сталого розвитку.

Список використаних джерел

1. Cherchyk L.M. (2018). Formation of ecologically oriented urban areas management system. *Economic innovations*. 67. 203–209. DOI:[https://doi.org/10.31520/ei.2018.20.2\(67\).203-209](https://doi.org/10.31520/ei.2018.20.2(67).203-209)
2. Попік О.В., Хумарова Н.І. Екологоорієнтоване управління урбанізованими територіями (теоретико-методичний аспект): монографія. Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2019. 174с.
3. Dhakal, Krishna P.; Chevalier, Lizette R. (2017). Managing urban stormwater for urban sustainability: Barriers and policy solutions for green infrastructure application. *Journal of Environmental Management*. 203 (Pt 1): 171–181. doi: 10.1016/j.jenvman.2017.07.065.
4. Benedict, M. A., McMahon, E. (2006). *Green Infrastructure: Linking Landscapes and Communities*. Island Press: Washington, DC, USA, 299.
5. Maksymenko N. V. & Burchenko S.V. (2019). Theoretical basis of the green infrastructure strategy: international experience. *Man and Environment. Issues of Neoeology*. Issue 31. 16-25. <https://doi.org/10.26565/1992-4224-2019-31-02>
6. Lique C., Kleeschulte S., Dige G. et al. (2015). Mapping green infrastructure based on ecosystem services and ecological networks: A Pan-European case study. *Environmental Science & Policy*. Vol. 54. P. 268-280.

УДК 620.92:330.341

ВПРОВАДЖЕННЯ ЗЕЛеної ЕНЕРГЕТИКИ ТА ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

АЛІСА ШЕВЧЕНКО, ВЛАДИСЛАВ ПОЛІЩУК, АНАСІЯ СІМЕКЧІ

Одеський державний аграрний університет, Україна

У наш час, коли питання сталого розвитку стає все більш актуальним, компанії повинні прагнути мінімізувати свій вплив на навколишнє середовище. Зелена енергетика та ресурсоефективність є першочерговими чинниками сталого розвитку, і їх реалізація є важливим завданням для кожної компанії.

У наукових працях [1, 2] узагальнюються результати досліджень з імплементації поняття та принципів сталого розвитку: «.. вперше поняття було сформовано у 1987 р. у доповіді Г.Х. Брунтланда «Наше спільне майбутнє»: «основними компонентами сталого розвитку є створення передумов для покращення існування людства та навколишнього середовища, а також вирішення проблем щодо розвитку промисловості, енергетики, регіональних та міжнародних відносин»; характеризується з позиції синергетичного підходу до процесу взаємодії економічних, екологічних і соціальних систем».

Сьогодні відповідальне виробництво і споживання вже не розглядається як унікальна перевага компаній, а як необхідна норма для залучення нових інвестицій. Фінансові ринки чітко демонструють глобальний зсув у бік «зеленого» фінансування. Чисті технології особливо важливі в той час, коли світ потерпає від наслідків кризи, спричиненої коронавірусом, і потребує відновлення економіки. За прогнозами Goldman Sachs, до 2030 року загальний обсяг «зелених» інвестицій становитиме до 16 трильйонів доларів США, а проєкти державно-приватного партнерства (як-от Green Deal) створять 15-20 мільйонів нових робочих місць протягом десятиліття[3].

Зелена енергія включає використання відновлюваних джерел, таких як сонце та вітер, вода та біопаливо. У порівнянні з традиційними джерелами, такими як вугілля та нафта, ці джерела енергії екологічніші та ефективніші. Сьогодні зелена енергетика стає все більш доступною та вигідною для компаній завдяки постійному розвитку технологій виробництва та збільшенню кількості компаній, які займаються виробництвом.

Крім зеленої енергії, ресурсоефективність також має вирішальне значення для сталого розвитку бізнесу. Це включає ефективне використання енергії, води, сировини та інших ресурсів. Це вимагає від підприємств моніторингу використання ресурсів і пошуку шляхів підвищення ефективності шляхом, наприклад, встановлення енергоефективних систем опалення та освітлення для зменшення споживання води.

Також необхідно звернути увагу на потужність обладнання та технологій, що використовуються на підприємстві. Модернізація та заміна застарілого обладнання дозволяє значно скоротити споживання енергії та води та зменшити вплив на атмосферу та водні джерела.

Ще один важливий аспект — зменшити відходи та максимально ефективно їх використовувати. Відходи, які неможливо повторно використати або переробити, можна перетворити на енергію. Насправді біогаз, який утворюється під час переробки органічних відходів, можна використовувати для виробництва електроенергії та палива.

Крім того, компанії можуть розробляти системи збору та переробки відходів або сировини для інших компаній. Наприклад, відходи одного підприємства

можуть бути використані як сировина для продукції іншого підприємства, що дозволяє економити ресурси та зменшувати кількість відходів.

Впровадження зеленої енергетики та ефективного використання ресурсів для сталого розвитку підприємств – це довгострокова стратегія, яка приносить як користь для довкілля, так і для самого бізнесу. Заощадження ресурсів та енергії допомагає зменшити витрати на виробництво та забезпечує конкурентоспроможність підприємства на ринку. При цьому, зелена енергетика та екологічно чисті технології є потужним інструментом для досягнення сталого розвитку та збереження природи.

Розуміння ефективного використання ресурсів для сталого розвитку підприємств включає в себе не тільки зменшення використання енергії та інших ресурсів, але й пошук нових технологій, які дозволяють ефективніше використовувати існуючі ресурси. Для цього підприємства можуть використовувати різні методи, наприклад, впровадження процесів переробки відходів, які раніше скидалися на смітник, технології відновлення води та повторного використання її виробництві тощо.

Помітним прикладом використання зеленої енергетики є сонячна енергетика. Встановлення сонячних батарей може допомогти підприємствам значно зменшити використання традиційних джерел енергії, таких як вугілля та нафта, що не лише зменшує витрати на енергопостачання, але й сприяє зменшенню викидів шкідливих речовин в атмосферу.

Крім того, ефективне використання ресурсів та впровадження зеленої енергетики може стати конкурентною перевагою для підприємств. Зелена енергетика є однією з найбільш привабливих сфер бізнесу в світі, і підприємства, які працюють у цій галузі, можуть мати перевагу перед іншими компаніями, які не прагнуть до сталого розвитку.

На сьогоднішній день впровадження зеленої енергетики та ефективного використання ресурсів стає все більш актуальним для бізнесу та громадськості. Недавні події, пов'язані зі зміною клімату, глобальним потеплінням та загрозою вичерпання природних ресурсів, змусили підприємства діяти відповідально і зосередитися на сталих рішеннях. Це привело до того, що зелена енергетика та ефективне використання ресурсів стали невід'ємною частиною стратегій розвитку підприємств.

Один з головних викликів, з яким стикається бізнес, це велика залежність від енергетичних ресурсів, таких як нафта та газ. На щастя, розвиток зеленої енергетики дозволяє підприємствам диверсифікувати свої джерела енергії та зменшити залежність від традиційних джерел. Наприклад, сонячна енергія стає все більш доступною та ефективною, а використання електромобілів може знизити витрати на паливо та зменшити викиди в атмосферу.

Ефективне використання ресурсів також стає важливою складовою сталого розвитку підприємств. Це означає, що підприємства повинні зосередитися на зменшенні використання ресурсів та максимально ефективному використанні тих, які вони використовують. Наприклад, впровадження енергоефективних технологій може зменшити витрати на енергію та підвищити прибутковість підприємства.

Крім війни, основними перешкодами для розвитку зеленої енергетики є відсутність затверджених довгострокових цілей і неясна позиція уряду України щодо отримання енергії. Також необхідно на державному рівні затвердити дорожню карту розвитку зеленої енергетики до 2050 року або включити довгострокові цілі для зеленої енергетики в оновлену енергетичну стратегію до 2050 року[4].

Отже, впровадження зеленої енергетики та ефективного використання ресурсів стає все більш важливим для підприємств у зв'язку з поглибленням екологічних проблем та зростанням вимог соціальної відповідальності бізнесу. Зелена енергетика не тільки знижує негативний вплив на довкілля, але і дозволяє знизити витрати на енергоспоживання та підвищити конкурентоспроможність підприємств. Ефективне використання ресурсів дозволяє економити на витратах, зменшувати кількість відходів та забезпечувати сталий розвиток підприємств.

Для успішного впровадження зеленої енергетики та ефективного використання ресурсів необхідна відповідальність та зосередженість на довгострокових перспективах. Необхідно проводити аналіз використання ресурсів та енергії на підприємстві, впроваджувати нові технології та процеси з метою ефективного використання ресурсів та зменшення енергоспоживання. Крім того, необхідно проводити інформаційну роботу серед працівників підприємства з питань екології та соціальної відповідальності.

Впровадження зеленої енергетики та ефективного використання ресурсів стає необхідною умовою для сталого розвитку підприємств та забезпечення екологічної безпеки в майбутньому.

Список використаних джерел

1. Настека М.В. Імплементція принципів сталого розвитку сільськогосподарськими підприємствами України. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2022. №11-12. С.14-19 [URL:http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2022/300-301/pdf/14-19.pdf](http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2022/300-301/pdf/14-19.pdf)
2. Шевченко А.А., Сімецькі А.Ф. Цілі сталого розвитку як шлях протидії екологічним проблемам у навколишньому середовищі. *Міжнар. наук.-практ. конфер.«Сучасні управлінські та соціально-економічні аспекти розвитку держави, регіонів та суб'єктів господарювання в умовах трансформації публічного управління - 2022»* (Одеса, 30 жовтня 2022 р.) с.210 – 2012 [URL:https://economics.net.ua/files/science/admin_men/2022/tezy.pdf](https://economics.net.ua/files/science/admin_men/2022/tezy.pdf)
3. Як Україні залучати кошти на проекти сталого розвитку. *Економічна Правда*. 2022. [URL:https://www.epravda.com.ua/columns/2022/10/14/692633/](https://www.epravda.com.ua/columns/2022/10/14/692633/)
4. Гелетуха Г. Біоенергетика: завдання на 2023 рік. *Економічна Правда*. 2023. [URL: https://www.epravda.com.ua/columns/2023/01/30/696516/](https://www.epravda.com.ua/columns/2023/01/30/696516/)

ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА БОРОТЬБИ З БІДНІСТЮ

НАТАЛЯ БАБКО

Державний біотехнологічний університет, Україна

Зелена економіка є однією з ключових стратегій для досягнення сталого розвитку та подолання бідності в сучасному світі. Це новий економічний підхід до вирішення соціальних проблем, який базується на збереженні природних ресурсів та зменшенні негативного впливу людської діяльності на навколишнє середовище. Зелена економіка спрямована на досягнення рівномірного розвитку та забезпечення відповідних умов для всіх громадян. Вона ґрунтується на ідеї, що економічний розвиток повинен бути збалансованим зі збереженням природних ресурсів та зменшенням впливу людської діяльності на довкілля. Цей підхід дозволяє забезпечити ефективну економічну діяльність, при цьому зменшуючи негативний вплив на навколишнє середовище [1].

Однією з основних складових зеленої економіки є економія ресурсів. Це означає збільшення ефективності використання ресурсів, зменшення відходів та переробку відходів вторинної сировини. Такий підхід сприяє зменшенню витрат на енергію та матеріали, що дозволяє економити гроші та зменшувати викиди парникових газів. Ще одним важливим аспектом зеленої економіки є розвиток нових галузей, які пов'язані зі створенням та використанням зелених технологій. Це можуть бути різні види відновлюваної енергії, які замінюють викопне паливо, ефективні технології енергозбереження та виробництва, використання екологічно чистих матеріалів та виробів.

Розвиток зеленої економіки може стати важливим інструментом для боротьби з бідністю. Зелена економіка може сприяти створенню нових робочих місць та підвищенню економічного розвитку в сільських районах та місцевих громадах. Крім того, зелена економіка може допомогти зменшити витрати на енергію та інші ресурси для бідних верств населення. Однак, для досягнення успіху в розвитку зеленої економіки необхідні чіткі правові та регуляторні механізми, які б сприяли розвитку зелених технологій та заохочували підприємства до зменшення негативного впливу на довкілля. Крім того, необхідно забезпечити доступ до фінансових ресурсів для розвитку зелених ініціатив, які можуть бути недосяжними для більшості людей.

У цілому, зелена економіка має потенціал стати важливим інструментом для досягнення сталого розвитку та подолання бідності. Вона сприяє збереженню природних ресурсів та зменшенню негативного впливу людської діяльності на довкілля, а також може сприяти економічному розвитку та підвищенню якості життя людей. Проте, для досягнення успіху в розвитку зеленої економіки необхідна активна підтримка від держави, бізнесу та громадськості. Також важливо розуміти, що її розвиток має бути поєднаний зі збереженням соціальної справедливості та зменшенням рівня нерівності в суспільстві. Наприклад, необхідно забезпечити доступ до зелених технологій та екологічно чистих

матеріалів для бідних верств населення, а також забезпечити достатній рівень оплати праці для робітників, які працюють у зелених підприємствах. Крім того, що зелена економіка не може бути розвинена одноосібною державою або групою країн. Це потребує міжнародної співпраці та об'єднання зусиль на рівні глобальної спільноти. Наприклад, міжнародні угоди щодо зменшення викидів парникових газів та забезпечення енергетичної безпеки можуть сприяти розвитку зеленої економіки та сталому розвитку в цілому[2].

Щоб досягти успіху в розвитку зеленої економіки, необхідно також забезпечити належний рівень освіти та підвищення кваліфікації населення у галузі зелених технологій та інновацій. Для цього необхідно створювати програми підвищення кваліфікації та сприяти науковим дослідженням у цій галузі. Наприклад, держави можуть стимулювати викладання зелених технологій та інновацій у вищих навчальних закладах, а також надавати фінансову підтримку науковим дослідженням у цій галузі.

Зелена економіка може стати інструментом для зменшення залежності від імпорту енергії та ресурсів. Розвиток відновлювальної енергетики та зменшення використання необхідних ресурсів, таких як вода та ліси, може допомогти зменшити витрати на їх імпорт та збільшити економічну стійкість країни. Зелена економіка також може сприяти розвитку нових ринків та бізнес-можливостей, що стимулює економічне зростання та створення нових робочих місць. Наприклад, розвиток вітрової та сонячної енергетики може сприяти розвитку виробництва відповідного обладнання та технологій, що в свою чергу стимулює розвиток нових промислових галузей та створення нових робочих місць[3, 4].

Україна має значний потенціал для розвитку зеленої економіки завдяки своїм природним ресурсам та географічному положенню.

По перше, це вітроенергетика. Наприклад, в Херсонській області поблизу міста Запоріжжя був побудований найбільший в Україні вітровий парк з потужністю 200 МВт. Також є плани будівництва нових вітрових електростанцій на узбережжі Чорного та Азовського морів.

По-друге, сонячна енергетика. У квітні 2020 року в Одеській області була запущена сонячна електростанція потужністю 200 МВт, що є однією з найбільших в Європі.

По-третє, енергоефективність будівель. Україна має чимало старих та енергомістких будівель, тому важливо проводити реконструкцію та модернізацію житлового фонду. Українська урбаністична платформа «Civitas Ukraine» запустила ініціативу «Зелений Дім» для просвітництва громадян з питань енергоефективності житла.

По-четверте, відновлювальні джерела енергії. Україна має значний потенціал у використанні відновлювальних джерел енергії, таких як біомаса, геотермальна енергія та гідроенергетика. Наприклад, в Івано-Франківській області діє гідроелектростанція, яка використовує воду з річки Прут.

По-п'яте, екологічне сільське господарство. Україна є лідером у виробництві органічної продукції серед країн Східної Європи та Центральної Азії. Наприклад, в Чернігівській області розташовано багато органічних ферм.

По-шосте, велосипедні доріжки, які можуть зменшити забруднення повітря та допомогти зменшити затори на дорогах. Україна почала розвивати мережу велосипедних доріжок, зокрема, в Києві було побудовано 83 км велосипедних доріжок.

По-сьоме, зелені технології. Україна має значний потенціал у виробництві зелених технологій. Наприклад, компанія SoftServe створює рішення для енергоефективності будівель та виробництва електроенергії з вітрової та сонячної енергії.

Звичайно, з початком повномасштабного вторгнення росії в Україну, зростання вітчизняної зеленої економіки призупинилося, деякі проєкти знаходяться на окупованій території, деякі були понівечені, але у майбутньому, відновлення і піднесення зеленої економіки повинні стати пріоритетними напрямками повоєнного відновлення України.

Отже, зелена економіка має великий потенціал стати важливим інструментом для досягнення сталого розвитку та подолання бідності. Проте, її розвиток має бути поєднаний зі збереженням соціальної справедливості та зменшенням рівня нерівності в суспільстві. Це може бути досягнуто за допомогою чітких правових та регуляторних механізмів, фінансової підтримки з боку держави та бізнесу, а також міжнародної співпраці та об'єднання зусиль на рівні глобальної спільноти.

Список використаних джерел

1. Бабко Н.М. Особливості екологічного маркетингу. *Освітні і культурно-мистецькі практики в контексті інтеграції України у міжнародний науково-інноваційний простір* : матер. III Міжнар. наук.-практ. конф. студ. та мол. вчених, 2-13 травня 2022 р. Запоріжжя : Вид-во Хортицької національної академії, 2022. С. 551-552.

2. Мандич О.В., Лищенко М.О., Харчевнікова Л.С. Особливості міжнародного трансферу технологій в сучасних реаліях розвитку систем управління. *Modeling the development of the economic systems*. 2022, №3. С. 174-177.

3. Севідова І.О., Мандич О.В., Квятко Т.М., Бабко Н.М., Романюк І.А. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посіб. Харків : ХНТУСГ, 2020. 200 с.

4. Pakhucha E., Babko N., Bilousko T., Bilousko R., Vynohradenko S., Azizov, O. *Strategic Analysis of Export Activities of Enterprises to Ensure Sustainable Development*. *European Journal of Sustainable Development*, 2021. 10(4). С. 251-270.

СЕКЦІЯ 10. ІНСТИТУЦІЙНІ РАМКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

УДК 330.34

ІНСТИТУЦІЇ ТА ІНСТИТУТИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ЮРІЙ ЛОПАТИНСЬКИЙ

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Україна

Сучасний світ усе більше характеризується нелінійністю розвитку та флуктуаціями, спричиненими масштабною війною у центрі Європи, карантинними обмеженнями та кризовою невизначеністю. Спостерігаються світові інфляційні процеси, скорочення обсягів міжнародної торгівлі, руйнування ланцюгів поставок тощо. Посилюються фактори зміни клімату, глобального потепління, забруднення довкілля. Зазначене зумовлює необхідність пошуку новітніх механізмів та інструментів міжнаціональної взаємодії, внутрішньодержавного регулювання, способів ведення бізнесу та лінії поведінки окремої людини.

Вагомим суспільним базисом розв'язання багатьох нагальних проблем виступає концепція (парадигма, ідеології) сталого розвитку. Серед фундаментальних інституційних засад організаційного принципу сталого розвитку можна вважати Цілі сталого розвитку ООН на період до 2030 року [1], які реферують з національними інтересами як на макро-, так і на мікрорівні, специфікою побудови бізнес-процесів і діяльністю окремих соціальних акторів. Як відомо, сталий розвиток охоплює економічні, соціальні та екологічні компоненти. Багатогранність питань забезпечення сталого розвитку зумовлює доцільність застосування системного підходу до впровадження у практику новітніх інструментів і механізмів сталості.

Сьогоднішня ситуація ускладнюється значними екологічними та кліматичними змінами, стрімкість та загрозливість яких постійно зростає. Перебуваючи на порозі кліматичної катастрофи, людство у світовому розвитку повинно зміщувати акценти від економічного зростання у формі росту ВВП до екологічної рівноваги, зменшення антропогенного впливу, підтримання стійкості та стабільності екосистем, збалансування екосистемних послуг, відповідального виробництва та споживання.

У соціальному аспекті повинні відбуватися зрушення у бік підвищення добробуту громадян шляхом визначення пріоритетних потреб, скорочення нерівності між різними групами та верствами населення, створення умов для людського розвитку, зокрема через розвиток людського капіталу. Метою є створення якісних умов життя для кожної людини так, щоб при цьому процес досягнення цієї мети не викликав би несприятливі незворотні глобальні екологічні зміни зараз і в майбутньому.

Серед забезпечуючих механізмів розглядаємо інституції та інститути сталого розвитку. На засадах багатьох визначень трактуємо інституції як систему правил взаємодії людей, зв'язків і соціальних норм. Інституції об'єднують фундаментальні суспільні цінності та процедури, застосування яких

задовольняє головні потреби суспільства, сприяє реалізації важливих соціальних функцій. Якщо інституції – це норми та правила, то інститути, на нашу думку, за своєю суб'єктною сутністю ближче до установ і організацій. Хоча у цьому питанні серед українських вчених немає одностайності.

Сукупність основоположних інституцій та інститутів трактується як інституційне середовище, яке визначає рамки людської поведінки в суспільстві, умови функціонування й розвитку економічних суб'єктів. Інституційне середовище формує базис економічних відносин економічної системи загалом. Разом із тим, це двосторонньо спрямований механізм. З одного боку, встановлюючи упорядкований рамковий набір інституцій, інституційне середовище регламентує та визначає дії й поведінку дійових осіб економіки. З іншого боку, соціальні актори здатні змінювати інституції та інститути, формуючи оптимальність інституційного середовища. Звісно, дійові особи економіки мають обмежений трансформаційний вплив на інституції.

У переліку формальних інституцій сталою розвинутою відзначаємо такі: інституції міжнародних взаємин і відносин; інституції державного (урядового) регулювання та відповідна нормативно-правова база; інституції та система економічної й соціальної інфраструктури тощо. Окремою визначальною інституцією вважаємо етику сучасного свідомого та відповідального бізнесу. До неформальних інституцій можуть бути віднесені свідомість громадян і моральні установки, наприклад активізований спрямований рух за збереження довкілля, протидію зміні клімату, екологічну безпеку.

Доцільною є оптимальність та ефективність поєднання державних і ринкових механізмів регулювання з самоорганізацією, саморегулюванням, самовідповідальністю та саморозвитком на засадах усвідомленої поведінки соціальних акторів на основі інституції довіри як сполучної ланки соціально-економічних відносин.

Інститути сталою розвинутою – це, насамперед, різноманітні міжнародні організації, зокрема сфери ООН. Другою ланкою є національні (державні) установи та організації окремих країн. Третьою ланкою вважаємо місцеве самоврядування та територіальні громади. Далі йде усвідомлена оптимальна організація бізнесу та бізнес-процесів. Нарешті вагомими є формальні і неформальні рухи самоорганізації дійових осіб суспільства, окремих громадян різних країн, громадян світу.

Гармонійне узгодження, збалансування та синтез усіх елементів (і процесів) сталою розвинутою, у тому числі інституцій та інститутів, забезпечить синергетичний ефект їхньої ефективної взаємодії, перехід суспільної системи до вищого рівня стійкості та рівноважного стану, реалізацію потенціалу відновлення динамічних природних екосистем під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів, партнерство заради досягнення прогресу та глобальних цілей людського розвитку. Цьому сприятиме оптимальна, об'єктивна та справедлива інституційна рівновага.

Список використаних джерел

1. *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. UN. <https://sdgs.un.org/2030agenda>

НОВІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ВПЛИВУ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА КРАЇНИ З ЕКОНОМІКОЮ, ЩО РОЗВИВАЄТЬСЯ

АЛЛА ЛЯЛЮК

Волинський національний університет, Україна

Останнім часом усебільша увага приділяється розумінню ролі підприємництва в країнах з економікою, що розвивається, через зміну економічних умов і швидке зростання підприємств у світовій економіці. Так, на найбільші економіки з цієї групи, тобто Китай, Індія, Бразилія, Мексика, Південна Корея, Туреччина, Індонезія та Польща тепер становить понад третину з 25 найбільших економік світу та зростають приблизно втричі більше до темпу передових економік. Зростання чисельності населення в країнах з економікою, що розвивається, потребує нових ініціатив економічної політики для сприяння сталому економічному зростанню. У цьому відношенні підприємництво необхідне в країнах з економікою, що розвивається, як спосіб розвитку економіки, подолання бідності та підвищення рівня життя. Тому, протягом останнього десятиріччя відбулося значне зростання наукових досліджень економік, що розвиваються, через підвищення інтересу до підприємництва в різних суспільних контекстах [1-4]. Зокрема, викликає інтерес праця Дж. Брутона (Bruton, G.), С. Сутера (C. Sutter), і А. Ленца (A. K. Lenz) «Економічна нерівність – підприємництво – причина чи рішення?» [2]. Також заслуговує на увагу думка А. Хамдан (Allam Hamdan), Х. Гура (Hasan Ghura), Б. Аларіні (B. Alareeni) і Р. Хаміс (R. Khamis), які стверджують, що необхідно розглянути інституційний контекст формальних і неформальних інститутів, щоб краще зрозуміти постійне зростання підприємництва в країнах з економікою, що розвивається [1].

Декілька досліджень показали, що країни з економікою, що розвивається, відрізняються від розвинутих економік тим, що їм бракує добре розвинених інституцій, що часто призводить до нижчої підприємницької активності. Однак деякі країни з економікою, що розвивається, такі як Естонія, Словенія та Словаччина, зуміли скоротити цей розрив і потрапити до топ-30 Глобального індексу підприємництва. Таким чином, проливаючи світло на різний ступінь розвитку підприємництва в країнах з ринковою економікою, науковці висвітлюють неоднорідність підприємницьких процесів у країнах з економікою, що розвивається, зосереджуючись на різних проблемах, з якими стикається сектор малих підприємств. Крім того, зросла обізнаність щодо соціальних і культурних умов, які сприяють розвитку підприємницької діяльності в країнах з економікою, що розвивається. На перший погляд, уряди країн з економікою, що розвивається, ухвалюють закони та правила, подібні до тих, що діють у розвинутих економіках. Тим не менш, ці комерційні закони, які сприяють підприємству, ефективно не впроваджуються ефективно [3]. Деякі науковці припускають, що країни з економікою, яка розвивається, приймають правила та норми розвинених країн для прискорення підприємницької діяльності, але можуть не застосувати їх з користю,

нерозуміючи сили неформальних інституцій, таких як місцеві культури та традиції.

Нещодавнє дослідження показали, що неформальні інститути мають більший вплив на підприємство, ніж формальні, такі як правила та положення, культурні цінності, соціальні мережі, соціальне визнання і приклади для наслідування та їх впливу на підприємство. У сукупності країни з економікою, що розвивається, є цікавим контекстом для вивчення підприємства з кількох причин. По-перше, підприємці, які відкривають новий бізнес, відіграють вирішальну роль в економіці, що розвивається, оскільки вони діють як двигуни структурних змін і економічного зростання. Однак підприємці в країнах з економікою, що розвивається, стикаються з різними інституційними проблемами, відкриваючи свої нові підприємства. Ці інституційні перешкоди походять від незрілості або відсутності інституційної інфраструктури, яка може перешкодити підприємцям-початківцям використовувати нові можливості на ринку.

По-друге, економіки, що розвиваються, мають спільну спадщину щодо їхньої спільної історії відсутніх або незрілих інституцій та централізованого економічного контролю. Таким чином, відмінності в темпах і масштабах інституційного розвитку та економічної лібералізації можуть запропонувати цінний контекст для комплексного теоретичного розуміння ролі інститутів (офіційних і неформальних) у підприємстві та того, чи допомогло покращене інституційне середовище цим країнам підвищити рівень підприємства. Такі економіки пропонують природну лабораторію для вивчення еволюції інституцій, які можуть створити сприятливе середовище для розвитку підприємницької діяльності. Нарешті, країни з економікою, що розвивається, мають різні характеристики щодо культурних цінностей, релігій, соціальних норм і використання різних валют. Отже, результати цього дослідження мають враховувати цю неоднорідність серед економік, що розвиваються, а рекомендовану політику підприємства слід розглядати на рівні окремої країни.

Перетин сфер підприємства та економічного зростання є складною та потенційно корисною сферою для дослідників, політиків, агентств розвитку та підприємців. Однак лише деякі вчені-економісти змогли використати будь-які систематичні дослідження ролі підприємства в економічному зростанні. Хоча економічне зростання не виникає автоматично, підприємці потрібні як агенти творчого руйнування, які створюють нову цінність на ринку, яка потім циркулює по всій економіці:

Інтерес був відновлений завдяки покращенню доступності відповідних міжкраїнних даних, відродженню підприємства після падіння комунізму та поступовим реформам, започаткованим Китаєм з кінця 1970-х років, новим визнанням ролі інституцій в обох сферах, а також збільшенням уваги донорів та міжнародних агентств розвитку до розвитку приватного сектора. У цьому відношенні концепція підприємства була широко визнана як засіб «вирощування пирога» шляхом збільшення економічної активності для створення більшої кількості робочих місць і отримання більшого доходу для більшої кількості людей, замість простого перерозподілу багатства від однієї групи до

іншої. Однак у літературі про підприємництво бракує ясності щодо того, як підприємництво точно співвідноситься з людським добробутом і глобальним процвітанням. Фундаментальні роботи Дугласа Норта (Citation1990, Citation2005) і Баумола (Citation1990) залишаються вирішальними для нашого розуміння центральної ролі, яку відіграють інституції в розвитку підприємництва та економічному зростанні[4]. З цього погляду підприємці можуть зробити ефективний внесок у добробут і процвітання економіки на основі інститутів, які переважають у конкретному суспільстві. Це пояснюється тим, що інститути є «правилами гри в суспільстві», які заохочують або обмежують «продуктивну» підприємницьку діяльність, спрямовану на економічне зростання та процвітання. Ці позитивні та негативні стимули походять в основному від формальних (наприклад, правил і норм) і неформальних інститутів (наприклад, культури та соціальних норм). Зокрема, формальні інституції існують, щоб зменшити трансакційні витрати, викликані законами, тоді як неформальні інституції мають намір зменшити невизначеність, пов'язану з людською взаємодією. Як офіційні, так і неформальні інститути взаємодіють на різних рівнях, створюючи результати, які мають значні наслідки для підвищення «продуктивної» підприємницької діяльності.

Таким чином, інституційна теорія може бути корисною для розуміння того, які інституційні змінні заохочують підприємницьку діяльність, що сприяє економічному зростанню в країнах з економікою, що розвивається. У контексті економік, що розвиваються, небагато країн, таких як Естонія, Словенія та Чеська Республіка, пережили надзвичайну трансформацію щодо економічного зростання, інституційного розвитку та створення знань. У той же час такі країни, як Киргизька Республіка, Гана та Грузія, були менш успішними в покращенні економічного розвитку порівняно з іншими країнами з економікою, що розвивається. Тому необхідно зрозуміти вплив інституційних факторів на підприємницьку діяльність у контексті економік, що розвиваються. Зокрема, зростає інтерес до того, як країни з економікою, що розвивається, на стадії факторів і ефективності можуть збільшити експорт і розвинути більше галузей з доданою вартістю, щоб диверсифікувати свою економіку та досягти стадії, орієнтованої на інновації, тобто економіки, заснованої на знаннях.

Список використаних джерел:

1. Allam Hamdan, Hasan Ghura, Bahaaeddin Alareeni & Reem Khamis Hamdan *Journal of Sustainable Finance & Investment* Volume 12, Pages 1-12 Published online: 12 Jul 2021. URL: <http://surl.li/gcwrc>
2. Bruton G.C., Sutter, and A. K. Lenz. 2021. «Economic inequality—Is entrepreneurship the cause or the solution? A review and research agenda for emerging economies» *Journal of Business Venturing* 36: 3.
3. Kassim E., and A. E. Ukosh. 2020. «Entrepreneurship in Technical Education Colleges: Applied Research on University College of Applied Sciences Graduates - Gaza.» *International Journal of Business Ethics and Governance* 3 (3): 52–84. URL: <https://doi.org/10.51325/ijbeg.v3i3.49>
4. Harraf, A., H. Ghura, A. Hamdan, and X. Li. 2021. «Formal institutions and the development of entrepreneurial activity—the contingent role of corruption in

УДК 368.013 (477)

РОЗВИТОК РИНКУ СТРАХОВИХ АГРАРНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

ТЕТЯНА ВЛАСЕНКО¹, СЕРГІЙ СТЕПАНЕНКО²

¹Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця,
Україна

²Державний біотехнологічний університет, Україна

Ринок страхових аграрних послуг в Україні знаходиться на етапі розвитку та має значний потенціал нарощування фінансових потоків. Практична Потужний реалізація потужного потенціалу вітчизняного аграрного ринку страхування можлива за рахунок удосконалення інституційних форм і методів, а також імплементації інновацій у сфері надання страхових послуг. Такими інновація у найближчій перспективі можуть постати цифрові продукти, які забезпечують рівний доступ сільськогосподарських виробників до ринку страхових фінансових послуг: Smart-програми і Smart-страхові контракти, використання інтернет-речей, технології блокчейну тощо (рис. 1).

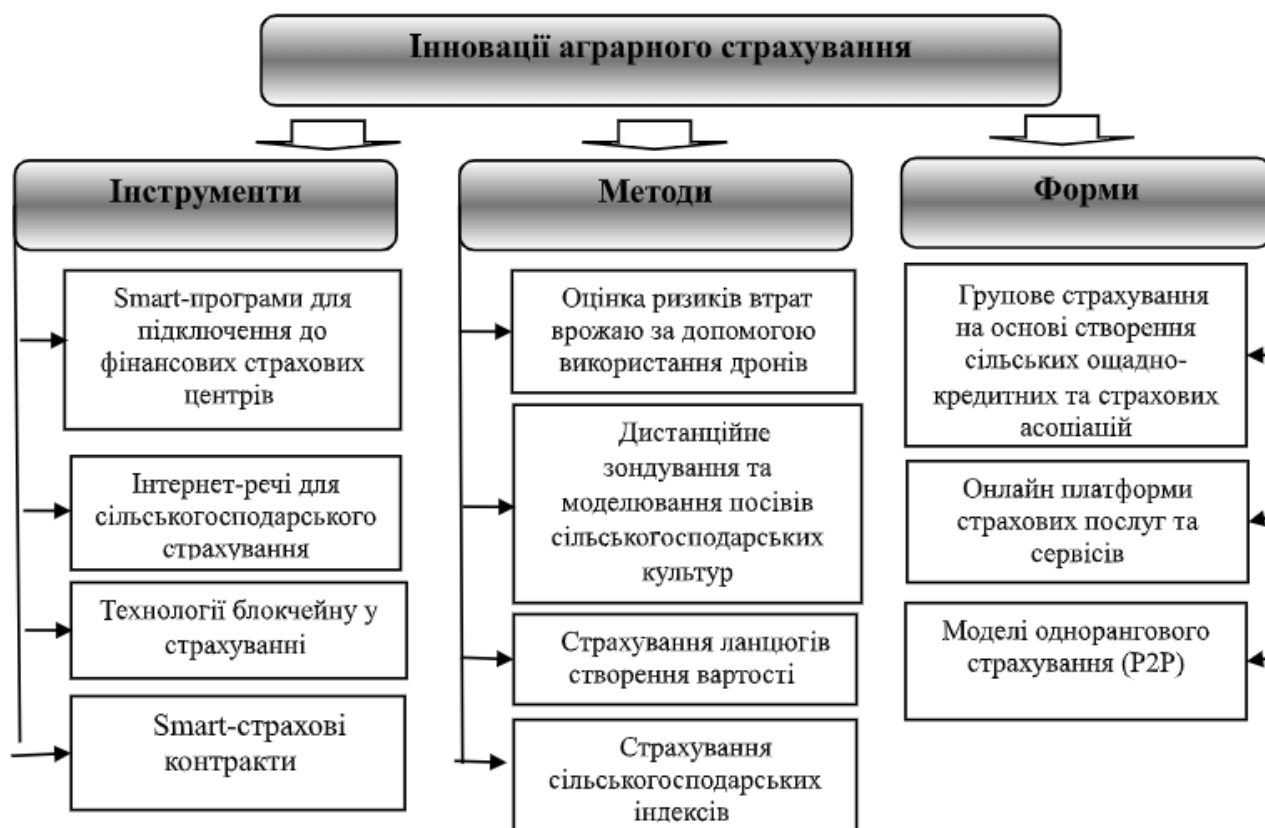


Рисунок 1 Перспективні інновації інституційного інструментарію аграрного страхування

Джерело: складено автором

Інструментарій інтернет-речей у сфері аграрного страхування може поєднати мережеві об'єкти у єдину систему одержання й обробки даних про аграрні страхові контракти. Технології блокчейну можуть біти використані у страхуванні як інструмент зменшення витрат, накопичення інформації, прискорення врегулювання страхових фінансових претензій та уникнення шахрайства через підвищення прозорості страхових контактів. На цій технології ґрунтується й механізм укладення smart-контрактів, які дозволяють використовувати автоматичний алгоритм блокчейну, підвищувати оперативність обробки і перевірки даних, контролювати порядок страхових внесків та сплат та погашення інших фінансових зобов'язань. Продовженням й розвитком технологій блокчейну є використання цифрових онлайн платформ, що забезпечують рівний безкоштовний доступ агрокомпаній до страхових потоків. Digital інформаційні платформи включають не тільки фінансовий ресурси, але й оперативні дані про потенційні ризики і загрози, що є об'єктом страхового контракту (вологість та температура ґрунту, кількість опадів, індикатори здоров'я сільськогосподарських тварин тощо).

Інноваційним для національного ринку страхування постає використання такого методу страхування, як страхування ланцюгів створення вартості. Сутність даного методу полягає у налагодженні системного співробітництва посередників ринку у сфері фінансового забезпечення аграрного виробництва і сільських територій. Ланцюг вартості дозволяє пов'язати страховий контракт із контрактом на одержання кредиту, фінансових субсидій і субвенцій з доку держави, можливостей закупівлі техніки та обладнання та інших форм і інструментів підтримки аграрного бізнесу. Сьогодні страховий контакт є гнучкий інструментом, який розширює можливості інноваційного техніко-технологічного розвитку, фінансового, інформаційного забезпечення тощо. Страхові ланцюги вартості дозволяють пов'язати систему матеріально-технічного забезпечення із індикаторами страхування, спростити доступ агрокомпаній до ринку оборотних засобів (насіння, кормів, засобів захисту рослин і тварин). За таких умов у разі настання страхового випадку аграрії отримують можливість закупівель із знижкою у межах певного відсотку відшкодування їх вартості.

Сільськогосподарські ризики все частіше постають предметом укладання страхових аграрних угод, у яких розмір страхових виплат та настання страхових подій визначається на основі виміру ключових факторів управління ризиками для розвитку та діяльності аграрного бізнесу (середня урожайність, середньорічна кількість опадів). Крім того, потенціал індексного аграрного страхування сприяє зниженню ризиків, що діють як бар'єри інвестицій у майбутню продуктивність, наприклад, закупівля традиційного або елітного насіння, що збільшує витрати та собівартість продукції.

Ощадно-кредитні та страхові асоціації постають перспективною формою організації страхових відносин у аграрному секторі, які ґрунтуються на механізмі спільних партнерських та/або кооперативних відносин. Головними перевагами такої форми організації страхових фінансових відносин є справедливий та об'єктивний розподіл страхових ризиків серед учасників. Крім того, таке поєднання дозволяє акумулювати фінансові ресурси та значно посилити

фінансовий потенціал страхової діяльності без посередництва та комісійних винагород.

Перспективною для вітчизняної практики є запропонована модель взаємного однорангового страхування R2R. За рахунок використання блокчейнної технології модель дозволяє об'єднати фінансові ресурси декількох виробників для спільного страхування, забезпечує автоматизовані транзакції, справедливий розподіл коштів на засадах взаємної довіри та балансу інтересів учасників. Модель значно зменшує величину адміністративних та інших накладних витрат, пов'язаних із оформленням страхових полісів, характеризується помірним страховими внесками, відсутністю страхового шахрайства та зручним порядком доступу до інформації. Такий формат сучасних моделей страхування агровиробництва заснований, переважно, на системі приватно-партнерських відносин із активною участю держави, як донора фінансової допомоги та підтримки розвитку агробізнесу і сільських територій.

На теперішній час невід'ємним інструментом спільної аграрної політики країн ЄС є субсидоване страхування сільського господарства, а система управління аграрними ризиками є пріоритетом механізму забезпечення досягнення цілей сталого розвитку. На міжнаціональному та національному ринках передбачено фінансування страхових фондів та програм покриття сільськогосподарських ризиків, відкриваються спеціалізовані фінансові лінії для надання гарантій фермерам щодо агровиробництва та забезпечення продовольчої безпеки Європи (фінансові страхові поліси на основі співставлення рівня доходності агробізнесу та індексів ризиків). Різними є національні показники страхових полісів аграрного бізнесу за співвідношенні доходу, витрат та ризиків. Так, максимальна компенсація витрат фермерів може досягати порогового значення 65% при відповідній втраті доходу більше, ніж 20% від гарантованого [1].

Проведені дослідження дозволили відзначити основні недоліки системи інституційної підтримки фінансово-кредитного забезпечення вітчизняного аграрного бізнесу: 1) відсутність рівних можливостей доступу до ринку кредитних ресурсів великих агрокомпаній та малого і середнього аграрного бізнесу; 2) зростання вартості кредитних ресурсів, зумовлені факторами макроекономічної нестабільності та песимістичними очікуваннями фінансових установ, 3) відсутність ефективного організаційно-економічного іпотечного кредитування; 4) нерегульованість та тривалість процедур оформлення фінансового лізингу; 5) недосконалий механізм страхування кредитних ризиків позичальників; 6) низький рівень цифровізації сервісу страхових послуг.

Удосконалення інституційної підтримки агробізнесу України має враховувати існуючі недоліки та бути стратегічно орієнтовано на вирішення завдань подальшого розвитку сільського господарства і сільських територій з урахуванням потреб існуючих та майбутніх поколінь суспільства, що за сучасних умов можливо за рахунок переходу на модель циркулярної аграрної економіки.

Список використаних джерел

1. Angelo Frascarelli, Simone Del Sarto, Giada Mastandrea. A New Tool for Covering Risk in Agriculture: The Revenue Insurance Policy. *Risks* 2021, 9, P. 131.

ПРАВОВІ СПОСОБИ ВИКОНАННЯ УГОД, УКЛАДЕНИХ В РЕЗУЛЬТАТІ МЕДІАЦІЇ

ІРИНА БАЛЮК¹, ОЛЬГА НАМЯСЕНКО¹, ОЛЕНА ЩЕРБАКОВА²

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
Україна*

²Київський національний університет будівництва та архітектури, Україна

Відносини між людьми неможливі без суперечок. Підприємницька діяльність супроводжується різноманітними конфліктами. Ефективність та сталість підприємництва залежить, зокрема, від якості вирішення комерційних (господарських) спорів. Причому наслідки їх вирішення мають бути такими, щоб не заважали подальшим взаємовідносинам підприємців.

Держава забезпечує вирішення суперечок, а саме захист порушених або оспорюваних прав, наявністю системи правосуддя (судів різної юрисдикції). Дотримання принципу доступу до правосуддя спонукає державу впроваджувати альтернативні позасудові процедури. Учасники відносин, що сперечаються, вправі самі обирати, до якого способу вирішення спору звертатись. Альтернативні процедури набувають все більшої сталості, передбачуваності та виконуваності, а також правового закріплення.

З поміж різноманітних альтернативних способів вирішення господарських спорів окреме місце займає медіація. Доволі тривалий час вона використовувалася без належного законодавчого врегулювання. Прийнятий 16 листопада 2021 року Закон України «Про медіацію» визначив правові засади та порядок проведення медіації як позасудової процедури врегулювання конфлікту (спору), принципи медіації, статус медіатора, вимоги до його підготовки та інші питання, пов'язані з цією процедурою. Проте, певні прогалини залишаються.

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про медіацію» медіація - позасудова добровільна, конфіденційна, структурована процедура, під час якої сторони за допомогою медіатора (медіаторів) намагаються запобігти виникненню або врегулювати конфлікт (спір) шляхом переговорів. Згідно із Директивою 2008/52/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 21 травня 2008 р. Про деякі аспекти медіації у цивільних та господарських правовідносинах медіація є добровільним процесом, у якому сторони самостійно керують процесом і можуть організувати його на власний розсуд та припинити у будь-який час. Тож, визначення медіації європейськими та українськими нормативно-правовими актами корелюються.

Остаточне вирішення комерційних спорів відбувається через реалізацію на практиці рішення або домовленості з альтернативної процедури. Тож, важливим є питання забезпечення виконання угоди, укладеної в результаті медіації.

Участь у медіації є добровільним волевиявленням учасників медіації. На цьому ж принципі базується виконання угоди за результатами медіації. Закон України «Про медіацію» чітко не передбачає примусове виконання угоди за результатами медіації у випадку її невиконання добровільно. Поряд з цим, згідно

із ст. 3 Закону України «Про медіацію» медіація може бути проведена як до звернення до суду, третейського суду, міжнародного комерційного арбітражу, так і під час досудового розслідування, судового, третейського, арбітражного провадження, та навіть під час виконання рішення суду, третейського суду чи міжнародного комерційного арбітражу.

За ст. 46 Господарського процесуального кодексу України до прав сторін належить примирення, зокрема шляхом медіації, на будь-якій стадії судового процесу, а результат домовленості сторін може бути оформлений мировою угодою. Відповідно до ст. 192 ГПК України укладена сторонами мирова угода затверджується ухвалою суду, якою одночасно закривається провадження у справі. Ст. 193 ГПК України передбачає, що ухвала про затвердження мирової угоди є виконавчим документом та у разі її невиконання добровільно підлягає примусовому виконанню.

За ст. 33 Закону України «Про третейські суди» третейський суд повинен з'ясувати у сторін можливість закінчити справу мировою угодою, у тому числі досягнутою шляхом медіації. Сторони мають право провести позасудове врегулювання спору шляхом медіації, закінчити справу укладенням мирової угоди як до початку третейського розгляду, так і на будь-якій його стадії, до прийняття рішення. Зміст такої мирової угоди викладається безпосередньо в рішенні третейського суду. Рішення третейського суду у випадках невиконання добровільно, підлягає примусовому виконанню.

Третейський суд є одним з альтернативних способів вирішення господарських спорів. Але закон передбачає примусове виконання рішення третейського суду у разі відсутності його добровільного виконання.

Отже, коли сторони у судовому або третейському процесах досягли примирення шляхом медіації, результат домовленості сторін може бути оформлений мировою угодою. За фактом відбувається процедура медіації, яка за формою викладається у вигляді мирової угоди.

Та за відсутності вказівки закону, виконання угоди за наслідками медіації (домовленості за процедурою медіації), що відбулася в судовому та третейському процесах та оформлена згідно із законодавством, може підлягати примусовому виконанню.

УДК 336.77-047.44

ІНСТИТУЦІЙНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЗИЧАЛЬНИКА

НАТАЛІЯ ПОНОМАРЕНКО, ОЛЬГА ОСТРОВСЬКА

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
Україна*

У процесі кредитування фінансовими установами об'єктивна оцінка позичальника визначається, в першу чергу, його кредитоспроможністю. Надійність

клієнта впливає на результати кредитних угод та ефективність роботи банківської системи в цілому.

Відсутність науково обґрунтованих методик оцінки кредитоспроможності позичальника та ризику погашення кредиту, а також брак фахівців, що мають фахові компетенції у підготовці процесу кредитування та визначенні ймовірності повернення кредиту, можуть призвести до погіршення кредитного портфелю, і, як наслідок, до погіршення фінансового стану чи банкрутства банку.

Метою проведеного авторами дослідження визначено розробку напрямів удосконалення методик оцінки кредитоспроможності в процесі вивчення та обґрунтування важливості застосування сучасних методичних підходів в оцінці кредитоспроможності позичальника.

До інституційних аспектів оцінки кредитоспроможності позичальника належать, серед іншого, нормативно-правові документи, серед яких сучасні методики фінансової діагностики, а саме Постанова «Про затвердження Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями» [1] та Наказ «Про затвердження Порядку проведення оцінки фінансового стану потенційного бенефіціара інвестиційного проекту, реалізація якого передбачається на умовах фінансової самоокупності, а також визначення виду забезпечення для обслуговування та погашення позики, наданої за рахунок коштів міжнародних фінансових організацій, обслуговування якої здійснюватиметься за рахунок коштів бенефіціара» [2]

Дані нормативно-правові документи визначають види та розміри гарантій обслуговування та погашення кредитів, що надаються за рахунок міжнародних фінансових організацій. Для оцінки фінансового стану та рівня фінансової незалежності проекту потенційні бенефіціари подають до Міністерства фінансів пакет документів. Результати оцінки використовуються для підготовки висновків щодо ймовірності надання позик бенефіціару та визначення розміру забезпечення боргу бенефіціара. [2]

Міністерство фінансів щорічно проводить моніторинг реалізації інвестиційних проектів та якості фінансового стану позичальників.

Оцінка фінансового стану потенційних бенефіціарів, які звітують за стандартами бухгалтерського обліку, здійснюється шляхом присвоєння класу за значеннями інтегральних показників фінансового стану.

Основою визначення інтегральних показників фінансового стану є сучасний методичний підхід багатофакторного дискримінантного аналізу. Базовий алгоритм багатофакторної дискримінантної функції для обчислення інтегрального показника має вигляд:

$$Z = a_1 K_1 + a_2 K_2 + a_3 K_3 + a_4 K_4 + a_5 K_5 + a_n K_n - a_0,$$

- Z – інтегральний показник фінансового стану бенефіціара;
- $K_1, K_2 \dots K_n$ – фінансові коефіцієнти, що визначаються на підставі даних фінансової звітності бенефіціара;
- $a_1, a_2 \dots a_n$ – параметри дискримінантної моделі, що визначаються з урахуванням вагомості та розрядності фінансових коефіцієнтів;
- a_0 – вільний член дискримінантної моделі [2].

Висновки про якість фінансового стану бенефіціарарозробляються на підставі віднесення їх до певного класу відповідно до інтерпретації значень інтегрального показника фінансового стану бенефіціара. (табл. 1)

Таблиця 1

Класи бенефіціара за рівнем фінансового стану

Клас	Значення
Клас 1	Сильна здатність виконувати зобов'язання, найменша ймовірність дефолту
Клас 2	Достатній рівень спроможності виконувати зобов'язання, незначна ймовірність дефолту
Клас 3	Рівень здатності виконувати зобов'язання нижче середнього (за нашими спостереженнями є прийнятним в умовах військового стану)
Клас 4	Фінансовий стан бенефіціара є нестабільним і є ознаки неплатоспроможності
Клас 5	Висока ймовірність дефолту

Джерело: складено авторами на основі [2]

Національний банк України вніс зміни до низки нормативно-правових актів, які визначають зважений підхід до оцінки кредитного ризику. Ці зміни спрямовані на забезпечення своєчасної та належної оцінки банками розміру кредитного ризику та запобігання втратам ліквідності банками. Такі дії в цілому мають сприяти забезпеченню стабільної роботи банків та їх здатності адекватно виконувати свої зобов'язання перед вкладниками та іншими кредиторами. [3]

Метою таких дій було допомогти банкам пропонувати гнучкі умови позичальникам у часи невизначеності. Оскільки економіка країни дедалі все більш впевнено оговтується від шоку перших днів/тижнів/місяців повномасштабної агресії рф, НБУ повертається до свого загальноприйнятого підходу до оцінки кредитного ризику.

Зміна правил вимагатиме від банків аналізу всієї доступної інформації про стан застави на територіях, які постраждали від військової агресії. Якщо банк дізнається з джерел про втрату або матеріальний збиток застави, він повинен врахувати це під час оцінки кредитного ризику.

Отже, з метою якісної оцінки кредитоспроможності, необхідно враховувати, серед іншого, також результати аналізу зовнішнього середовища: галузевий аналіз, аналіз конкуренції, аналіз ризиків втрати майна в результаті військових дій. За результатами здійснення такого аналізу можна визначити рівень кредитного ризику операцій при розгляді заходів, запропонованих для фінансування. Необхідно пам'ятати про важливість якісного наповнення інституційних аспектів оцінки кредитоспроможності боржника, а саме нормативно-правові документи, які містять в собі сучасні ефективні методики фінансової діагностики. Враховуючи сукупність ризиків та умови невизначеності під час війни, кредитний ризик банку можна мінімізувати, удосконалюючи оцінку кредитоспроможності позичальника на основі комплексного багатofакторного аналізу кредитоспроможності клієнта банку. Адекватна оцінка кредитоспроможності дозволяє створити надійну базу даних для подальшої оцінки рейтингу конкретних позичальників.

Список використаних джерел

1. Постанова «Про затвердження Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями»: за станом на 30.06.2016 № 351. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0351500-16#Text>

2. Наказ «Про затвердження Порядку проведення оцінки фінансового стану потенційного бенефіціара інвестиційного проекту, реалізація якого передбачається на умовах фінансової самоокупності, а також визначення виду забезпечення для обслуговування та погашення позики, наданої за рахунок коштів міжнародних фінансових організацій, обслуговування якої здійснюватиметься за рахунок коштів бенефіціара»: за станом на 14.07.2016 № 616. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1095-16#Text>

3. Національний банк України: Підходи до оцінки банками кредитного ризику. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/zmineno-okremi-pidhodi-do-otsinki-bankami-kreditnogo-riziku> (дата звернення: 02.04.2023).

UDC 338.146

THE POSITION OF STANDARDS IN THE FIELD OF RISK MANAGEMENT AT INDUSTRIAL ENTERPRISES OF AZERBAIJAN IN MODERN CONDITIONS AND WAYS TO OPTIMIZE THEM

NATAVAN VAGIF IBRAGIMOVA

Azerbaijan State Oil and Industrial University, Azerbaijan

In modern conditions, the profession of a risk manager is considered one of the young and promising in Azerbaijan, and therefore interest in it is constantly growing. This is due to the changes that occurred due to the global economic crisis, the coronavirus pandemic, the Second Karabakh War, which led to many changes. And, as we know, any changes are always either threats, or risks, or prospects.

The leaders of the industrial sector in today's global environment come down to a consensus on the need to create an improved risk management mechanism. This need is due to the fact that, compared to organizations in the financial sector, there are no specific established requirements in the field of risk management. It is the creation of common risk management standards in this direction that is the actual problem that limits the capabilities of specialists in this field.

Regardless of the organizational and legal structure of the enterprise, its size, form of ownership, line of business and type of production organization, if an organization can create a clear, structured system with specific risk management guidelines, then this can become a sustainable competitive advantage that will manifest itself in the process. management.

There are few enterprises that have been able to implement this system (leading companies SOCAR, BP, Pasha Holding, Gilan Holding, etc.). This is due to the low level of development of this system at the industrial enterprises of Azerbaijan. It should be noted that active work is underway on the development of a risk management system,

because every entrepreneur, owner, shareholder, manager, as well as the head of the group clearly understands the essence and importance of this process, which allows you to create a clear idea of strategic management, without which it is impossible to improve the effectiveness of their activities.

The main direction in the process of risk management is to solve the problems indicated in Figure 1, which cause significant distortions in the implementation of measures to improve the efficient operation of industrial enterprises [1].

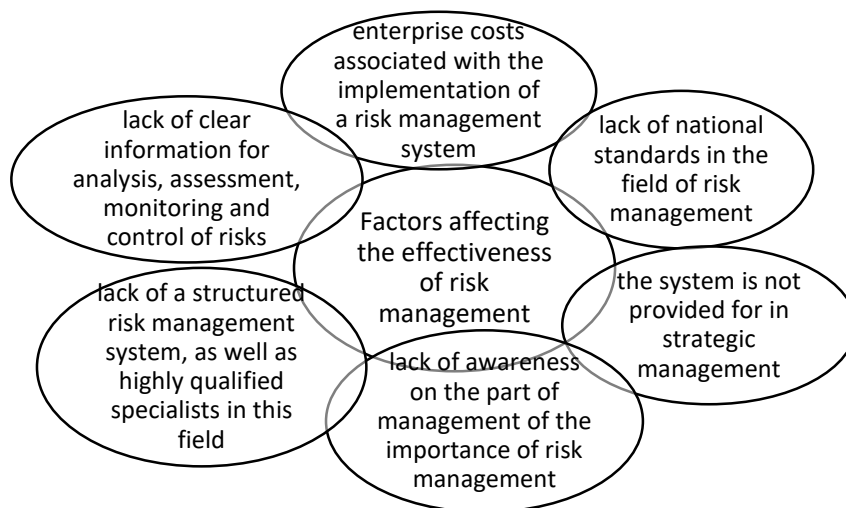


Figure 1 **The main negative factors affecting the effectiveness of risk management in Azerbaijani companies**

The above problems are only one part of all possible ones, therefore, standards can become the main locomotive for solving them at industrial enterprises. As mentioned above, there are not so many standards in the risk management process, and those that are available are taken from foreign practice, which are indicated in Figure 2, according to the specifics of the industry [2], [4].

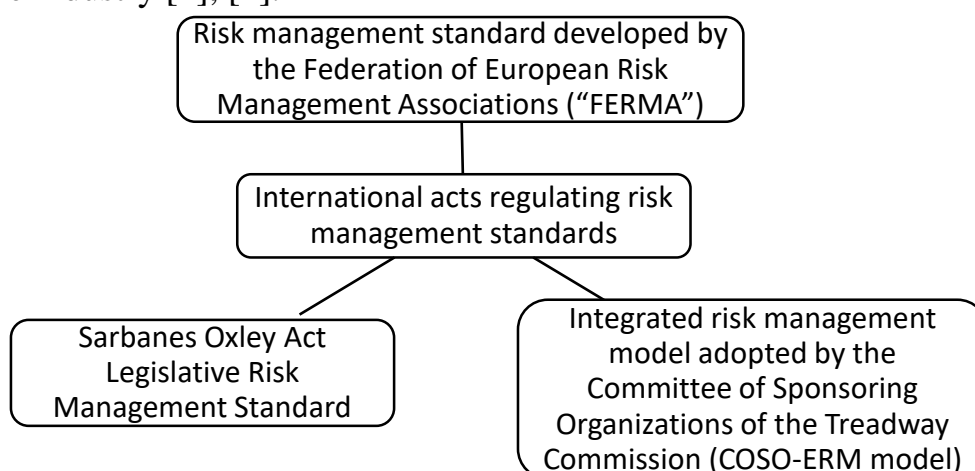


Figure 2 **International acts regulating risk management standards**

The use of these standards in Azerbaijan is limited by the problems associated with their adaptation at national enterprises and are of a practical nature:

- lack of legislation in relation to risk management;

- lack of statistical data for analysis and assessments;
- insufficient training of personnel.

If we consider the risk management system used in the banking system, then within its framework for liquidity management, PASHA Bank OJSC has introduced the “Liquidity Management Policy” [3]. It was developed by the organization itself for regulation in this particular bank according to the following procedures:

- daily liquidity management;
- management of real (current) liquidity;
- management of systemic (structural) liquidity.

Risk management in Bank Republic OJSC is carried out according to the standards of the Central Bank of the Republic of Azerbaijan, the Chamber for the Supervision of Financial Markets, the recommendations of the Basel Committee and the internal rules of the Bank itself [5].

All of the above suggests that Azerbaijan does not have a single, generally accepted system of risk management standards that could be applied in all sectors of the economy, including industrial enterprises, which is precisely what causes disruptive management when threats appear both within enterprises, so and outside.

But along with the above problems, a ray of light in the field of risk management is the creation of the Association of Accountants and Risk Professionals of Azerbaijan (ARPA), whose activities are based on the work and implemented projects in this area of the International Finance Corporation. At the initial stage, their close cooperation was aimed at working with banks, leasing and insurance companies, and then coordinated to other sectors. The association has a risk management committee, the purpose of which is to work on correcting voids in this direction” [4].

The main priorities of state support in the field of risk management in Azerbaijan can be (Figure 3):

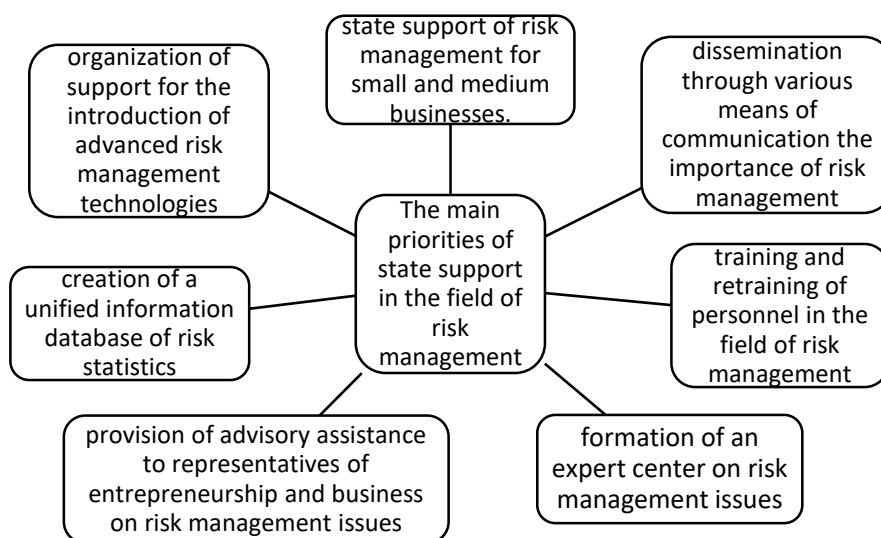


Figure 3 The main priorities of state support in the field of risk management in Azerbaijan

Despite the barriers in the field of risk management, today in Azerbaijan its formation as a management tool is observed:

- conferences are held in this area;
- associations are created, the purpose of which is manifested in solving various problems in the process of risk management;
- large companies in various industries come up with the initiative to create systems and committees in the field of risk management;
- the search for qualified risk management specialists has increased.

In such a situation, the issue of forming a common idea of the purpose of risk management, adapted to the modern conditions of Azerbaijan, the terminology used, the organizational structure and the risk management process, is of particular importance. One of the main approaches to solving this problem is standardization in the field of risk management.

References

1. file:///C:/Users/User/Downloads/standarty-risk-menedzhmenta-dlya-promyshlennyh-predpriyatiy.pdf
2. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://anl.az/el/q/qa_om.pdf
3. https://www.pashabank.az/about_us/lang,ru/#!/risk_management/712/
4. <https://www.trend.az/business/economy/2979776.html>
5. <https://www.bankrespublika.az/ru/pages/risklerin-idare-edilmesi>

СЕКЦІЯ 11. СТАЛІ КОСМІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА СТАЛЕ КОСМІЧНЕ ПРАВО

УДК 37.013:001.3]:629.78

СТАЛІ КОСМІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ПРОБЛЕМА СУЧАСНОЇ НАУКОВОЇ ОСВІТИ

ДЕНИС СВИРИДЕНКО

Український державний університет імені Михайла Драгоманова, Україна

Сучасне суспільство останні роки активно рухається в бік становлення нового економічного укладу, який ґрунтовно представлений сучасною теорією Industry 4.0. Новий уклад характеризується подальшим бурхливим розвитком технологій, що поглиблює виклики до соціальних інститутів, які традиційно забезпечують розвиток соціальної архітектури людської цивілізації. Серед іншого, мова йде про ревізію поглядів на освіту у сучасному та майбутньому суспільстві, що актуалізує широкі модернізаційні процеси.

Зазначені соціально-економічні зміни також актуалізують питання щодо їх відповідності ідеології сталого розвитку, яка виступає стратегічним дороговказом, глобальною політикою, та ціннісною платформою, спрямованою на гармонізацію цивілізаційного розвитку, розв'язання поточних та мінімізації перспективних викликів (кліматичні зміни, забезпечення прав та свобод людини, відновлювальна енергетика, ринок праці тощо). У руслі реалізації деякими країнами транзиту в бік утвердження четвертої промислової революції, про себе дає знати потреба у ревізії ролі соціальної відповідальності вчених та інших активних учасників процесів створення та впровадження інновацій та технологій. Активного вжитку отримують концепти відповідальних досліджень та інновацій (RRI – Responsible Research and Innovation), здійснюється ревізія принципів наукової комунікації в бік відкритості звітності розробників перед суспільством тощо. Цікаві процеси відбуваються на ринку праці, який трансформується під впливом дрейфу в бік нового економічного укладу та спрямований на гармонізацію економічних змін із принципами сталого розвитку: «Основна тенденція полягає в тому, що дослідники переходять із технологічних професій, таких як інженерія чи інші предмети STEM, у більш соціально-технічні відділи та розвивають інтереси до ширших сфер, таких як люди, ланцюг постачання та сталість» [2, с. 64]. Для економіки нового типу все частіше застосовуються ознаки, такі як відновлюваність, ощадливість тощо.

Космічні технології є важливою складовою інноваційного розвитку, а питання підготовки фахівців для цієї галузі становить окрему проблему для сучасної освітньої політики та практики. В руслі розбудови економіки, побудованої на знаннях, багато дослідників відмічає потенціал наукової освіти (STEM, STEAM тощо), яка має виступити як інструментом становлення активного відповідального громадянина для соціальної архітектури нового типу, носія розвиненого наукового світогляду, критичного мислення, навичок

проведення наукових досліджень, так і засобом розв'язання проблем ринку праці, орієнтації на здобуття професії технологічного спрямування, які є та будуть затребуваними у найближчій перспективі: «На даний момент Європа стикається з нестачею людей, які знають науку, на всіх рівнях суспільства та економіки. Протягом останніх десятиліть зросла кількість студентів, які залишають формальну освіту з науковою кваліфікацією. Але не спостерігалось паралельного зростання кількості зацікавлених у кар'єрі, пов'язаній з наукою, і ми не спостерігали посилення науково обґрунтованих інновацій чи будь-якого зростання підприємництва. Науково-освітні дослідження, інновації та практика повинні стати більш чуйними на потреби та амбіції суспільства та відображати його цінності» [3].

На нашу думку, українська освіта, маючи значний досвід розвитку космічних технологій, не у повному обсязі реалізує потенціал наукової освіти, яка дає можливість розвитку поколінь в дусі зацікавленості до дослідницької діяльності. Зрозуміло, що розкриття потенціалу наукової освіти як інструменту заохочення до досліджень в галузі космічних технологій потребує значної дослідницької, ресурсної бази, наявності державних стратегій тощо. Разом із тим, в українській освіті існують успішні практики наукової освіти, спрямовані на розвиток космічної галузі нашої держави.

Наочним у цьому сенсі є приклад діяльності Малої академії наук України. Зокрема, у 2023 р. дві команди – переможці Всеукраїнського конкурсу шкільних космічних експериментів (Student Spaceflight Experiments Program) мали змогу відправити свої дослідницькі проєкти на Міжнародну космічну станцію: «Мінілабораторії обидвох команд із дослідницькими зразками та детальною інструкцією проведення експерименту відправлять на МКС вже цього літа... Астронавти проведуть досліди в умовах мікрогравітації, а опісля мінілабораторії повернуть юним дослідникам для порівняння отриманих результатів із даними наземного експерименту» [1].

Таким чином, вдалося у загальних рисах розкрити потенціал наукової освіти як напрямку, здатного сприяти розвитку технологічних галузей сучасної та перспективної економіки, зокрема, галузі створення сталих космічних технологій. Подальших досліджень потребують питання дослідження закордонного досвіду використання наукової освіти в сфері космічних досліджень, та його зважена адаптація до освітніх реалій України; питання модернізації освіти, з урахуванням викликів нового економічного укладу 4.0 тощо.

Список використаних джерел

1. Дві команди українських школярів запускають наукові проєкти в космос (2023). Режим доступу: <https://platform.man.gov.ua/media/bba3d711-7c77-46bc-bb10-6fcd8c1d66a8>
2. Hines, P., Luz Tortorella, G., Jiju A. & D. Romero (2023) Lean Industry 4.0: Past, present, and future. *Quality Management Journal*, 30:1, 64-88, DOI: 10.1080/10686967.2022.2144786
3. Science education for responsible citizenship. Report to the European Commission of the expert group on science education (2015) URL:

УДК 629.7:347.85

ПЕРСПЕКТИВИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ КОСМІЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ ВІТАЛІЙ НІЦЕНКО

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
Україна*

Запорукою розвитку сталої економіки в Україні є сприяння розвитку сучасних технологічних галузей, насамперед космічної галузі. Україна має досвід в цій царині. Нажаль, сьогодні державна підтримка космічної галузі є обмеженою через брак фінансових ресурсів, поглиблений економічною кризою і значно посилений через військові дії в регіонах де, переважно, розташована українські промислові підприємства галузі і її науково-технічні структури, які забезпечують реалізацію космічних програм.

Зовнішні інвестиції в розвиток космічної галузі в Україні, які залучались в попередні роки сьогодні призупинені [1]. Виконання загальнодержавної цільової науково технічної космічної програми України на 2021—2025 роки, реалізація якої і до початку широкомасштабних військових дій відбувалось вкрай незадовільно, також заблоковано.

Тим не менш, навіть за умов військових дій, треба планувати післявоєнний розвиток космічних технологій. Найперше, треба звернути увагу на заходи збереження багатофункціональних наземних комплексів, які забезпечували в минулому і здатні забезпечувати в майбутньому сталий розвиток космічної галузі. А саме: наземний інформаційний комплекс, наземний комплекс управління, систему контролю та аналізу космічної обстановки; наземну супутникову мережу трансляції телевізійних каналів, систему координатно-часового і навігаційного забезпечення України. Сьогодні треба використати можливості розподілення інформаційних ресурсів і застосування хмарних технологій для збереження накопиченої за десятиріччя діяльності інформації і збільшення надійності і живучості систем інформаційного забезпечення космічної галузі.

За умов очевидного браку фінансових ресурсів для розвитку галузі в післявоєнний період варто переходити від великих та амбітних космічних проєктів до конкретних прагматичних завдань, які, найперше, цікавлять бізнесові кола. Не втратити перспективний ринок космічних послуг і забезпечити сталий розвиток галузі може надійне державно-приватне партнерство, яке має охоплювати найширший спектр напрямів – від наукових досліджень космосу до виробництва, запуску, контролю та управління супутників і комерційного використання їх ресурсу. Для реалізації вказаних задач існує певна нормативно-правова база – 2020-ого року Кабінет Міністрів України скоротив обмежувальні заходи для участі приватного бізнесу у космічних програмах з використанням

українських виробничих і наукових можливостей, зокрема, щодо фінансування і виконання запусків космічних апаратів і ракет невійськового призначення [3, 4].

Залучення приватних компаній до бізнес-діяльності у космічній галузі здатне, як показує досвід розвинених країн, значно змінити стан галузі [5]. Найпершими інструментами для цього є конкуренція і ефективна реалізація нової мети діяльності космічної галузі – комерційного успіху.

Саме залучення приватного бізнесу дозволить в умовах нестачі державного фінансування забезпечити в найкоротший час і найефективнішим чином самоокупність галузі.

Українським бізнесовим колам для цього потрібно:

- в стратегічному і тактичних планах узгодити свою діяльність з державними космічними агенціями, підприємствами, науковими і проектними організаціями;
- розробити і впровадити необхідний комплекс нормативно-правових актів для забезпечення ефективної подальшої взаємодії державних структур і приватних компаній;
- сформуванню надійну правову базу, яка гарантуватиме захист іноземних інвестицій;
- сприяти утворенню наукового і технологічного ландшафту розвитку інноваційних космічних проєктів (технопарків, start-up-акселераторів, структур, які забезпечують трансфер технологій тощо);
- реалізувати заходи інституційної підтримки і організації міжнародної співпраці в космічній галузі, формування зв'язків з бізнесовими, науковими і громадськими структурами аерокосмічного напрямку.

Вказане, в свою чергу, дозволить Україні вирішити не тільки нагальні короткострокові задачі, а саме: забезпечити належне фінансування; вирішити проблему працевлаштування молоді і припинити відтік висококваліфікованих спеціалістів галузі за кордон, але і реалізувати стратегічну для держави задачу – забезпечити сталий розвиток перспективної високотехнологічної галузі, яка здатна стати локомотивом післявоєнного розвитку економіки України.

Список використаних джерел

1. Гбур З.В., Кошова С.П. Перспективи розвитку космічної галузі в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 24. С. 70—77.
2. Про затвердження Загальнодержавної цільової науково технічної космічної програми України на 2021—2025 роки (2021). URL:http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/JI06130A.html (дата звернення: 4.04.2023).
3. Нямецук Г.В. Особливості трансформації економічного потенціалу підприємств космічної галузі України при здійсненні міжнародного науково технічного співробітництва. *Вісник Дніпропетровського університету*. 2011. № 10/2. С. 63—70.
4. Державне космічне агентство України (2023). URL: <https://www.nkau.gov.ua/> (дата звернення: 4.04.2023).
5. Бізнес Ілона Маска по українськи або як розпочати бізнес у сфері космічної діяльності в Україні (2020). URL:

УДК 629.7

КОСМІЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ АГРОБІЗНЕСУ

ВАЛЕНТИНА ЛОЗИНСЬКА

ТОВ «ІНТЕРВУЗ», Україна

Однією зі сфер, де активно використовується супутниковий моніторинг, є сільське господарство. Завдяки сучасним технологіям, таким як штучний інтелект і високоточні супутникові дані, можна побачити, що відбувається в полі в режимі онлайн.

Можливості, які надають супутникові дані, актуальні не лише для сільськогосподарських підприємств та фермерів, які працюють безпосередньо на полях. Супутниковий аналіз може допомогти трейдерам прогнозувати ціни, фінансовим установам і страховим агентствам - визначати ціни зі своїх офісів, а урядам - допомагати в управлінні земельними активами.

Останнє особливо актуально після запровадження аграрних реформ в Україні, включаючи скасування мораторію на продаж сільськогосподарських земель.

Висока прибутковість виробництва зерна означала, що його можна було вести нерегульовано і прибутково, використовуючи традиційні технології. Зараз прибутковість знижується, в тому числі через зростання цін на пальне, добрива та засоби захисту рослин. Податкові зміни, низька врожайність і низькі ціни на зерно спонукають виробників замислитися над скороченням витрат. Тема безпілотних літальних апаратів та польових метеостанцій давно цікавить аграріїв, але впровадження передових систем управління на основі моніторингу з космосу активно обговорюється протягом двох років [1].

Запуск нових супутників та систем обробки даних також цікавить аграріїв. Деякі компанії мають джерела наземного зондування з високою роздільною здатністю (5 м), здатні надавати мультиспектральні знімки. У найближчому майбутньому ми матимемо угруповання малих супутників, які гарантуватимуть щоденний моніторинг. Це створить нові можливості для використання даних.

Інвестиції в технології космічного моніторингу призвели до зростання інтересу до систем точного землеробства, що використовують супутникові дані. Точне землеробство може підвищити врожайність, заощадити ресурси і зменшити навантаження на ґрунти, пов'язане з використанням добрив і хімікатів. Приклади включають використання різних добрив, засобів захисту рослин і зрошення відповідно до стану рослин, типу ґрунту і топографії.

Автоматизація техніки стає трендом. Паралельні тракторні системи доповнюють комп'ютерні системи, такі як автоматичне вирівнювання трактора і тягового агрегату та адаптація до глибини посіву і висоти штанги

обприскувача. Це дозволяє працювати без перекриття, зменшує втому оператора та економить паливо.

Крім того, космічні технології роблять можливим прогнозування врожайності. На додаток до візуального моніторингу поля, фермери отримують дані спектрального аналізу. Ця інформація дозволяє їм визначити ділянки поля, де немає проблем і де слід внести добрива. Таким чином можна заощадити ресурси та спрогнозувати врожай.

Космічні технології потребують інвестицій, але швидко окупаються: У 2021 році був проект з моніторингу земель. Поля з низькою продуктивністю були виведені з обробітки. Була досягнута економія, а інвестиції в проект окупилися двічі за один рік.

Друге - це кадри. Компаніям потрібно купувати планшети для агрономів та інвестувати в програмне забезпечення. Але агрономи часто не знають, що до чого, і продовжують працювати по-старому. Зміна ставлення до космічних технологій має починатися на рівні менеджменту. Це бачення керівництва того, як все має бути. Якщо вони не бачать цього повністю, якщо вони не включають обробку даних у технічний ланцюжок, то нічого не вийде. Всі алгоритми і контроль на всіх рівнях повинні бути прописані.

Часто бізнес-лідери перебільшують свої очікування. Вони хочуть отримати результат через рік. Але робити висновки на основі річних даних неправильно. Має пройти щонайменше три роки. Багато компаній, що пропонують рішення для просторового моніторингу, також переоцінюють свої можливості. Потрібна регулярна моніторингова та консультативна підтримка. Це вимагає великого обсягу роботи і кваліфікованого персоналу. Інтерес аграрних компаній до космічних технологій буде продовжувати зростати.

Для впровадження космічних технологій з нуля потрібно чотири роки, тому компанії, які почнуть використовувати їх зараз, через кілька років будуть у виграві. Ринок послуг космічного моніторингу розвиватиметься паралельно зі зростанням попиту. Компанії, які будуть робити все одночасно або пропонуватимуть неякісні послуги, підуть з ринку. Саме так розгортатимуться події в найближчі три-чотири роки. Українські аграрії зосередяться на таких продуктах, як контроль земельного банку, супутниковий моніторинг посівів та системи моніторингу техніки [2].

Список використаних джерел

1. Агрокосмос: розвиток [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://agro-business.com.ua/agro/mekhanizatsiia-apk/item/15425-ahrokosmos-rozvytok.html>.

2. Космічні технології: як українські аграрії використовують в роботі супутники [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://agravery.com/uk/posts/show/kosmicni-tehnologii-ak-ukrainski-agrarii-vikoristovuut-v-roboti-suputniki>.

ВИКОРИСТАННЯ GPS В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

РОМАН ОСТАПЕНКО

Державний біотехнологічний університет, Україна

Розвиток сільськогосподарського виробництва вимагає використання навігаційних пристроїв, найпоширенішим з яких є GPS-навігатор.

Для того, щоб повністю розібратися в різних видах навігації, необхідно розглянути термін GPS-моніторинг. Це комп'ютерна програма з певними опціями, кількість яких постійно зростає і розвивається. Наприклад, на екрані комп'ютера диспетчер може стежити за роботою основних механізмів транспортного засобу, рівнем тиску масла, витратою палива і отримувати сигнали в разі виникнення незапланованих подій.

Сучасна технологія GPS-навігації має багато переваг, таких як зменшення витрат на пальне, відображення ефективності використання техніки, визначення кількості задіяних транспортних засобів, в якому напрямку і з якою швидкістю рухається техніка, а також контроль за тим, наскільки точно працівники виконують свої обов'язки [1].

Без спеціалізованого обладнання важко досягти максимальної точності в сільськогосподарських операціях. Оснастивши сільськогосподарську техніку GPS-навігаторами, навігатор отримує повний контроль над роботою машини, а робота може бути повністю автоматизована. Звичайно, недостатньо мати навігатор на тракторі, необхідно також мати людину, яка буде керувати навігатором і повністю контролювати необхідні процеси.

Слід зазначити, що в сільському господарстві існує два види навігаційних помічників, крім GPS: системи паралельного водіння та автопілоти.

При використанні системи паралельного водіння трактор оснащується контролером, показчиками поворотів і приймачем, який передає сигнал GPS. Програмне забезпечення запам'ятовує траєкторію першого проходу і направляє машину строго паралельно цій лінії.

Опція автопілота - це електрогідравлічна система автоматичного керування, яка дозволяє керувати машиною без участі людини. Оператор допомагає трактору або комбайну розвертатися, а потім знову зосереджується на технічному процесі. Особливістю цієї опції є те, що автопілот може працювати в полі за будь-яких погодних і часових умов. Темрява, туман або пил не стануть на заваді завершенню посіву або збору врожаю.

Безсумнівною перевагою системи GPS-навігації є те, що її елементи, такі як приймачі та термінали, можуть бути використані для іншої спеціально підготовленої техніки. Така розробка може значно полегшити роботу оператора і принести значну економічну вигоду за рахунок управління витратами добрив, палива, посівного матеріалу та пестицидів і, відповідно, скорочення витрат.

Основними завданнями, які вирішує навігація в аграрному секторі, є:

- зменшити витрати на утримання та використання сільськогосподарської техніки;

- підвищити швидкості та якості роботи;
- зниження собівартості продукції.

Навігація також може допомогти у вирішенні надзвичайних ситуацій, швидко втручаючись і запобігаючи їм. Для цього вона використовується:

- двосторонній голосовий зв'язок між водієм і диспетчером для забезпечення втручання і швидкого вирішення проблем;
- дистанційне блокування двигуна. У разі викрадення диспетчер може заблокувати двигуни та викликати підкріплення.

Навігація дозволяє відстежувати статус вантажу, що перевозиться. Система ідентифікує транспортні засоби, що наближаються до комбайна для розвантаження, і відображає пройдений маршрут, пункт призначення транспортного засобу для розвантаження і пункт розвантаження продукції.

Додатковою перевагою є те, що навігація дозволяє оператору визначати та управляти витратами на паливно-мастильні матеріали, наприклад:

- відстежувати пройдену відстань і маршрут, вона запобігає лівосторонньому руху і зменшує кількість помилкових записів у товарно-транспортній накладній;
- розробляти точний підрахунок палива, мастильних матеріалів та місць заправки [2].

Таким чином, навігаційна система для сільськогосподарського підприємства дозволить повністю оптимізувати сільськогосподарські процеси.

- контролювати техніку в режимі реального часу;
- створювати детальні звіти про роботу техніки у зручному для використання форматі та в потрібний час;
- миттєво реагувати на надзвичайні ситуації
- контролювати витрати паливно-мастильних матеріалів;
- фіксувати кількість спожитих паливно-мастильних матеріалів
- підвищення ефективності роботи сільськогосподарської техніки та транспорту;
- фіксувати точний час і місце завантаження та розвантаження врожаю.

Список використаних джерел

1. GPS навігація для сільського господарства [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://gps-group.com.ua/gps-navigatsiya-dlya-silskogo-gospodarstva.html>.
2. GPS моніторинг у сільському господарстві [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://miapv.com.ua/gps-monitoring-u-silskomu-gospodarstvi/>.

РЕСУРСОЕФЕКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ У РОЗВИТКУ КОСМІЧНОЇ ГАЛУЗІ

ІРИНА ПЕРЕВОЗОВА, АНДРІЙ КАРАГОЙДІН, НАЗАРІЙ ТАЦАКОВИЧ

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
Україна*

Технологічний розвиток космічної галузі спрямований на удосконалення, оновлення та створення нових видів продукції й технологічних процесів, та орієнтований на процеси ресурсозбереження й енергоефективності. В умовах реалізації Цілей стійкого розвитку (ЦСР) змінюється й вектор подальшого напрямку наукових та прикладних досліджень. Виникає потреба у більш ґрунтовному та глибокому вивченні переходу космічної індустрії від традиційного ресурсоємного виробництва до «зелених» технологій.

Перехід до сталого розвитку у контексті «зеленої» енергетики є доволі актуальним, однак, на даний момент часу космічна галузі ще далека від повного переходу на такі технології [1].

В Україні реалізація розвитку космічної індустрії покладено на Державне космічне агентство України (ДКАУ). З метою використання існуючого потенціалу космічної галузі України розроблено та затверджено низку нормативно-правових документів, характеристика яких наведена у таблиці. Передбачається загальний бюджет фінансування Концепції у розмірі 38,5 млрд. грн. [2].

Таблиця 1

Характеристика основних нормативно-правових документів щодо «зеленого» розвитку космічної галузі

Назва документу	Рік прийняття	Період реалізації	Мета
Концепція реалізації державної політики у сфері космічної діяльності на період до 2032 року [2]	2011	20 років	підвищення ефективності використання космічного потенціалу для вирішення актуальних завдань соціально-економічного, екологічного, культурного, інформаційного і науково-освітнього розвитку суспільства, забезпечення національної безпеки та захисту геополітичних інтересів держави.
Стратегія космічної діяльності України на період до 2022 року [3]	2015	8 років	підвищення ефективності космічної діяльності, вирішення актуальних завдань національної безпеки і оборони та реалізація геополітичних інтересів держави, сприяння соціально-економічному, науково-освітньому та еколого-культурному розвитку суспільства, підвищення престижу України як космічної держави на світовій арені, перетворення космічної галузі України в мультиплікатор високотехнологічного розвитку вітчизняної економіки.

Одним із елементів Стратегії є створення замкненого циклу виробництва твердого ракетного палива та виробництва на його основі вітчизняних зразків

ракетних двигунів; проведення прикладних наукових досліджень, спрямованих на вирішення ключових проблем створення перспективних зразків ракетно-космічної техніки, новітніх технологій та сучасних матеріалів [3], у т.ч. таким, що відповідають ЦСР. В Україні також імплементовано бюджетну програму «Утилізація твердого ракетного палива» [4], мета якої полягає у створенні виробничої бази та виконання робіт з утилізації твердого ракетного палива, що містяться в споряджених корпусах двигунів міжконтинентальних балістичних ракетах РС-22, а також утилізація порожніх корпусів двигунів, що також свідчать про поступальний відхід від традиційних видів палива у перспективі до «зелених» технологій.

З метою доступу до нових знань, надсучасних ресурсо- й енергоефективних технологій, ДКАУ приймає участь у різних міжнародних проектах та грантах. Наймасштабніший проект, в якому приймає участь ДКАУ, Програма «Горизонт Європа» на період 2021–2027 рр. становить 95,5 млрд євро [5]. Одним із завдань Програма «Горизонт Європа» є вирішення проблеми відсутності окремих ланок у виробничо-технологічних ланцюгах космічного та цифрового сектора (зокрема, йдеться про необхідність забезпечення поставок сировинних матеріалів та переходу до низьковуглецевого виробництва елементів живлення, критично важливих компонентів космічної апаратури, мікроелектронних компонентів тощо) [5]. Наразі йдуть обговорення щодо прийняття України до Космічної програми Європейського Союзу, що підсилить виконання поставленої мети щодо ресурсозбереження та ресурсоефективності.

Список використаних джерел

1. Омеляненко В.А. Аналіз основних напрямів ресурсозбереження в космічній галузі (С. 69–73). Економічні та виробничо-економічні системи в координатах сталого розвитку: кол. моногр. За ред. А.О. Касич, М.М. Хоменко. Кременчук: Кременчуцька міська друкарня, 2015. 228 с.
2. Кабінет Міністрів України. Концепція реалізації державної політики у сфері космічної діяльності на період до 2032 року. Розпорядження № 238 від 30 березня 2011 року. https://www.nkau.gov.ua/docs/articles/Koncersiya_2032.pdf.
3. Державне космічне агентство України. Стратегія космічної діяльності України на період до 2022 року. Наказ № 100 від 21.05.2015. <https://www.nkau.gov.ua/ua/activity/stratetiia-do-2022-roku>.
4. Державне космічне агентство України. Бюджетна програма «Утилізація твердого ракетного палива». <https://www.nkau.gov.ua/ua/activity/biudzhetni-prohramy/289-utyilizatsiia-tverdoho-raketnoho-palyva>.
5. Державне космічне агентство України. Програма «Горизонт Європа». <https://www.nkau.gov.ua/ua/activity/horizon-pro-horyzont-yevropa2>.
6. Державне космічне агентство України. Проведено засідання робочої групи Україна-ЄС в сфері космічної діяльності. 2023. <https://www.nkau.gov.ua/ua/news/khronika-podii/1933-ukraine-eu>.

СЕКЦІЯ 12. СТАЛИЙ РОЗВИТОК ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

УДК 338.2

СКЛАДОВІ ВПЛИВУ РЕЛОКАЦІЇ БІЗНЕСУ НА РОЗВИТОК РЕГІОНУ

ІВАННА ЗАПУХЛЯК, ОЛЕГ КРАСНЯК

ІФНТУНГ, Україна

Умови, в яких сьогодні перебуває Україна, є не просто складними, а критичними. Якщо говорити про стан бізнесу, ситуацію у регіонах нашої країни, то навіть важко оцінити наслідки боротьби, в якій перебуваємо. Проте, все ж критична ситуація характеризується не тільки небезпекою, а, інколи, є поштовхом для розвитку, зародження чогось інноваційного. Наприклад, ще донедавна майже відсутній у практичній площині економіки країни процес релокації чи то підприємства в цілому, чи команди працівників, сьогодні – є актуальним та таким, що зреалізовується без достатнього напрацювання механізмів і порядку переміщення, нормативно-правового супроводу, інформаційної підтримки тощо. І для регіонів, де ситуація є відносно спокійною, випала можливість здійснити значні зміни і розвиватися саме на основі релокації як бізнесу, так і окремих працівників.

Вважаємо, що актуальність досліджень можливостей розвитку економічного потенціалу регіону внаслідок релокації бізнесу обумовлена потребою в розвитку економіки та зміцненні регіонального розвитку країни, в підвищенні конкурентоспроможності, в наявності сприятливого законодавства та світовими трендами; є важливим для підвищення життєвого рівня населення в Україні.

Розглянемо вплив процесу релокації бізнесу на розвиток регіону на основі аналізу та систематизації вже існуючих досліджень, таблиця 1.

Таблиця 1

Систематизація складових впливу релокації бізнесу на розвиток регіону

Вплив релокації бізнесу на функціонування регіону	Обґрунтування впливу	Прояв впливу	Ідентифікація впливу	Результат впливу	Перспективи, в результаті релокації бізнесу
1.Релокація бізнесу є важливим інструментом розвитку економічного потенціалу регіону	Дозволяє залучити нові інвестиції, створює нові робочі місця та збільшує податкові надходження	Є активним інструментом конкуренції між регіонами.	Аналіз позитивного впливу релокації бізнесу на розвиток економіки інших країн та регіонів.	Збільшення економічного потенціалу регіону та покращення життя місцевих жителів.	Розвиток більш інноваційних технологій та залучення нових інвесторів.
2.Релокація бізнесу вимагає підвищеної	Може негативно вплинути на екологічний	Збереження природних ресурсів та підтримка	Аналіз негативних наслідків релокації	Зменшення відходів та підвищення енергоефективності	Розвиток більш екологічно зорієнтованих технологій та

уваги до екологічних питань	стан регіону	екологічної є стійкості важливими факторами для приваблення інвесторів та підтримки сталого розвитку регіону	бізнесу на екологічний стан регіонів	і, що призводить до покращення екологічного стану регіону	залучення інвестицій у розвиток екологічної інфраструктури
3.Релокація бізнесу може викликати проблеми та вимагає ретельного планування та управління процесом	Може вплинути на соціальну сферу та порушити баланс між економічним та соціальним розвитком регіону	Ретельне планування та управління процесом релокації бізнесу є важливим для збереження соціальної стабільності та підтримки економічного розвитку	Аналіз наслідків релокації бізнесу на соціальну сферу та проблем, що можуть виникнути у процесі	Мінімізація соціальних проблем та збереження балансу між економічним та соціальним розвитком регіону	Розвиток нових стратегій релокації бізнесу, що дозволять забезпечити сталість соціально-економічного розвитку регіону
4.Релокація бізнесу повинна базуватися на аналізі потреб та можливостей регіону	Аналіз потреб та можливостей регіону дозволяє планувати релокацію бізнесу таким чином, щоб вона максимально сприяла розвитку економіки регіону	Релокація бізнесу, що базується на аналізі потреб та можливостей регіону, має більші шанси на успіх та сприятливо впливає на економічний розвиток регіону	Аналіз взаємозв'язку у між потребами та можливістю ми регіону та успішними прикладами релокації бізнесу на основі цього аналізу	Максимально ефективна релокація бізнесу та підвищення економічного потенціалу регіону	Розвиток нових методів аналізу та планування релокації бізнесу на основі потреб та можливостей регіону
5.Необхідність створення сприятливого інвестиційного клімату для залучення нових бізнесів до регіону	Створення сприятливого інвестиційного клімату є ключовим для залучення нових бізнесів та розвитку економічного	Створення сприятливого інвестиційного клімату дозволяє залучати нові інвестиції, розвивати інфраструктуру та сприяє створенню нових	Аналіз інвестиційної діяльності в регіонах та успішні приклади створення сприятливого інвестиційного клімату	Залучення нових бізнесів та підвищення економічного потенціалу регіону	Розвиток нових інструментів та програм для створення сприятливого інвестиційного клімату в регіонах

	о потенціалу регіону	робочих місць	для залучення бізнесів		
6.Роль державного управління в розвитку економічного потенціалу регіону через релокацію бізнесу	Державне управління може стимулювати розвиток економічного потенціалу регіону через релокацію бізнесу та створення сприятливих умов для бізнесу	Може створити правову базу для залучення бізнесу та регулювання ринку праці, що сприятиме розвитку економічного потенціалу регіону через релокацію бізнесу	Аналіз досвіду державного управління в розвитку економічного потенціалу регіону та успішні приклади створення сприятливих умов для бізнесу	Розвиток економічного потенціалу регіону, залучення нових бізнесів та підвищення конкурентоспроможності регіону на ринку	Розвиток нових програм та інструментів державного управління для підтримки розвитку економічного потенціалу регіонів через релокацію бізнесу
7.Роль наукових досліджень у розвитку економічного потенціалу регіону через релокацію бізнесу	Наукові дослідження можуть сприяти розвитку економічного потенціалу регіону через релокацію бізнесу, дозволяючи розробляти ефективні стратегії розвитку та планування релокації бізнесу	Дозволяють здійснювати аналіз економічних, соціальних та інших факторів, які впливають на розвиток регіону та релокацію бізнесу. Це допомагає розробляти стратегії та плани розвитку, які максимально враховують потреби та можливості регіону	Аналіз успішних прикладів використання наукових досліджень у розвитку економічного потенціалу регіону та релокації бізнесу	Розвиток економічного потенціалу регіону через релокацію бізнесу на основі ефективних стратегій та планів розвитку, розроблених на основі наукових досліджень	Подальший розвиток наукових досліджень та їх використання в плануванні та реалізації релокації бізнесу, що дозволить максимально використовувати потенціал регіону для розвитку економіки та підвищення життєвого рівня населення
8.Вплив соціально-економічного середовища на релокацію бізнесу та розвиток економічного потенціалу регіону	Соціально-економічне середовище регіону може впливати на прийняття рішення щодо релокації бізнесу та розвитку	Створення сприятливого соціально-економічного середовища може збільшити інтерес бізнесу до регіону та стимулювати	Аналіз досліджень, які виявили залежність між соціально-економічними чинниками та релокацією	Розвиток економічного потенціалу регіону та залучення нових бізнесів на основі створення сприятливого соціально-економічного середовища	Подальше вдосконалення соціально-економічного середовища регіону та його привабливості для бізнесу, що дозволить залучати нові інвестиції та

	економічного потенціалу	розвиток його економічного потенціалу	бізнесу		створювати нові робочі місця
9. Оцінка ефективності релокації бізнесу для розвитку економічного потенціалу регіону	Ефективність релокації бізнесу має бути оцінена з урахуванням впливу на економічний потенціал регіону	Оцінка ефективності релокації дозволяє визначити, чи ця стратегія може принести більше користі, ніж збитків для регіону та його жителів	Аналіз досліджень, які дозволили оцінити ефективність релокації бізнесу на розвиток економічного потенціалу регіону	Обґрунтоване рішення щодо ефективності релокації бізнесу для розвитку економічного потенціалу регіону	Подальший аналіз та оцінка ефективності релокації бізнесу для розвитку економічного потенціалу регіону з урахуванням нових досліджень та змін в економічному та соціальному середовищі

Джерело: сформовано автором на основі [2-6].

Дослідження підтверджують, що процес релокації бізнесу, підприємств та працівників може мати значний вплив на розвиток регіону, однак, він повинен бути ретельно спланований та реалізований з урахуванням всіх можливих наслідків. Такий процес може бути важливим кроком для прискорення економічного зростання регіону, але також може створити виклики та проблеми для місцевої громади та економіки.

Для досягнення максимального позитивного впливу на розвиток регіону необхідно забезпечити глибокий аналіз наслідків релокації та ретельно планувати імплементацію заходів. Крім того, важливо взяти до уваги інтереси та думки місцевих громад та бізнесу, забезпечивши їм доступ до відповідної інформації та можливість участі в процесі планування та реалізації релокації бізнесу, підприємств та працівників.

Отже, можна стверджувати, що релокація бізнесу може мати значний вплив на розвиток регіону, проте це можливо лише за умови належного планування, залучення всіх зацікавлених сторін та врахування всіх можливих наслідків.

Список використаних джерел

1. Інвестування (в контексті міжнародної інтеграції України) : навч. посібн. / І. Ю. Матюшенко. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 396 с.
2. Запухляк І., Красняк О. Релокація: суть, типи та проблеми. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2023/02/2022-312-62-43.pdf>
3. Електронний журнал «Ефективна економіка» № 12, 2013, УДК 330. 332 <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2604>.
4. Український центр економічних та політичних досліджень імені Олександра Разумкова. Аналітична доповідь “Перспективи виходу України на ринки висхідних країн” https://razumkov.org.ua/uploads/article/2015_Perspektyvy_vyzhid.pdf.

5. Експрес-оцінка впливу війни на мікро-, малі та середні підприємства в Україні. Програма розвитку ООН в Україні. URL: https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2022-10/UA_Rapid_Assessment_of_War_on_MSMEs_in_Ukraine_0.pdf

6. Мульська О. П., Васильців Т. Г., Бараняк І. Є. Релокація бізнесу в області Карпатського регіону України в умовах війни: інструменти підтримки та нівелювання загроз. Економіка та управління національним господарством. 2022. Вип. 2(154). С.30-38. URL: [http://ird.gov.ua/sep/sep20222\(154\)/sep20222\(154\)_030_MulskaO,VasylytsivT,BaranyaKI.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20222(154)/sep20222(154)_030_MulskaO,VasylytsivT,BaranyaKI.pdf).

УДК 338.242

СТАЛИЙ РОЗВИТОК МСП ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ГРОМАДИ НА ЗАСАДАХ «ЗЕЛЕНОЇ», ІННОВАЦІЙНОЇ, КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ УЛЯНА БЕРЕЖНИЦЬКА¹, НАДІЯ КРОМКАЧ², ЛЮБОВ ПОПОВИЧ²

¹Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

²Департамент економічного розвитку, екології та енергозбереження Івано-Франківської міської ради, Україна

В рамках Меморандуму про співпрацю між міською радою Івано-Франківська та програмою міжнародної співпраці *EU4Business: конкурентоспроможність та інтернаціоналізація МСП* (Івано-Франківська громада виступає як одна із 9-ти пілотних громад-партнерів) у липні-вересні 2022 року було здійснено аналіз існуючої інфраструктури та проведено опитування 201 представника МСП Івано-Франківської громади щодо впровадження інноваційних рішень та розвитку «зеленої» економіки. Результати дослідження засвідчили зацікавленість бізнесу у підвищенні залученості до цього процесу. Підприємства-респонденти наголосили на потрібних для них напрямках підтримки, а саме: доступ до фінансування (гранти, фандрейзинг) – 119 респондентів; енергоефективність та енергозбереження – 114; діджиталізація бізнесу – 102 респонденти; розвиток бізнесу та бізнес-модель – 52 респонденти; експорт – 42 респонденти. Серед напрямів розвитку місцевої економіки в майбутньому чільне місце посіли: енергоефективність та енергозбереження – 117 респондентів; сприяння залученню інвестицій – 89 респонденти; підтримка інновацій – 56 респондентів; охорона довкілля та благоустрій – 54; розвиток малих і середніх підприємств – 46 респондентів; підтримка підприємництва, стартапів – 37 респондентів. Учасники опитування, відповідаючи на запитання про фактори, які мають негативний вплив на розвиток бізнесу, в першу чергу відзначили негативний вплив загальної ситуації з моменту повномасштабного вторгнення російських військ в Україну, отже майже 96% респондентів (а це 189 респондентів з 201 опитаних) вказали на негативний вплив стану безпеки. Іншу групу перешкод формують: втрата звичних ринків збуту, стан технічної / комунальної

інфраструктури, відсутність знань для започаткування нових бізнесів (прихований запит на навчання та консалтинг); складність виходу на нові ринки збуту, в тому числі міжнародні.

Діючі українські підприємства перебувають в пошуках способів досягнення сталості бізнесу, екологічної безпеки, що в свою чергу передбачає впровадження інноваційних процесів і технологій, які дозволять не лише зберегти навколишнє середовище, але й покращити конкурентоспроможність на зовнішніх та внутрішніх ринках збуту продукції. Водночас існує потреба зміцнити сектор МСП, залучити більшу кількість осіб до когорти підприємців, інвестувати в українську економіку. Ці загальнонаціональні питання знаходять відголос і на локальному рівні.

В процесі проведення SWOT-аналізу громади виявлено такі слабкі сторони: низька культура підприємництва; недостатній рівень знань, необхідний для започаткування власної справи та здійснення підприємницької діяльності; низький рівень знань МСП щодо забезпечення сталості і стійкості бізнесу, переваг «зеленої» економіки; відсутній достатній рівень знань МСП з питань новітніх технологій, в тому числі у сферах екології та "зеленої" економіки; недостатній рівень впровадження енергоефективних проєктів та інноваційних технологій; значна кількість застарілого енергоємного обладнання.

Впродовж останніх років в Івано-Франківську спостерігається зменшення кількості впроваджених у виробництво нових технологічних процесів (за 2015 р. впроваджено 35, за 2019 р. – 3). Проте у громаді, попри важку економічну ситуацію через війну, впродовж 2022 року спостерігається позитивна динаміка реєстрації суб'єктів господарювання (СГ). Так, за січень-грудень 2022 року зареєстровано 1432 СГ (в тому числі 1200 ФОП), а припинили діяльність 998 СГ (в тому числі 948 ФОП). За даними Головного управління ДПС в Івано-Франківській області станом на 01.10.2022 р. на обліку у Івано-Франківській МТГ перебувало 31992 СГ, з них 54% ФОП. Також до Івано-Франківська переїхали 72 релокованих бізнеси.

Зважаючи на сформовані передумови розвитку МСП Департаментом економічного розвитку, екології та енергозбереження Івано-Франківської МР спільно з кафедрою прикладної економіки ІФНТУНГ в рамках грантового конкурсу згаданої вище програми міжнародної співпраці ініційовано проєкт, реалізація якого дозволить забезпечити використання підприємницького потенціалу громади із впровадження ресурсозберігаючих технологій, сталий розвиток, формування діалогу «бізнес-наука-влада». В межах реалізації проєкту буде створено **Центр креативної економіки і сталого розвитку для бізнесу** на базі діючого бізнес-інкубатора університету. Ключові пріоритети Центру: 1. Креативна економіка і розвиток креативного підприємництва. 2. Зелена економіка і сталий розвиток. 3. Діджиталізація бізнесу і формування моделей масштабування розвитку.

Проєкт відповідає таким пріоритетам програми міжнародної допомоги: розвиток підприємницької культури та знань, включно з заходами спрямованими на підтримку стійкості бізнесу у військовий час; підтримання інновацій у секторі МСП. Мета даного проєкту: створення засад для сталого розвитку МСП за

рахунок підвищення підприємницької культури та рівня знань, стимулювання та підтримки розвитку інноваційного потенціалу громади з врахуванням принципів зеленої економіки шляхом об'єднання зусиль представників секторів бізнесу, науки, влади.

Окремими цілями є: підвищення конкурентоспроможності малого і середнього бізнесу за рахунок активізації інноваційності, соціально- та еко- відповідальності, шляхом започаткування та забезпечення функціонування Центру креативної економіки і сталого розвитку для бізнесу; збільшення рівня обізнаності і отримання практичних навиків серед потенційних та діючих бізнес-структур щодо креативної економіки, сталого розвитку, охорони та захисту довкілля; сприяння впровадженню нових екологічних рішень, підтримка бізнес-проектів, націлених на ресурсозбереження та розвиток циркулярної економіки; залучення до процесу заснування та ведення бізнесу широкого кола осіб, формування позитивного іміджу ведення підприємництва, в тому числі ВПО; обмін досвідом, налагодження комунікаційних зв'язків усіх зацікавлених сторін щодо сталого розвитку, функціонування зеленої економіки, впровадження креативних індустрій.

Проект підсилить виконання програмних документів громади, зокрема таких:

1. Стратегія розвитку громади на період до 2028 р. [1], в якій напрямами є: А. Місто підтримки інвестицій та розвитку бізнесу; В. Місто комфортного проживання, енергоефективної та дружньої до довкілля інфраструктури.
2. Програма економічного і соціального розвитку громади на 2021-2023 рр. (сприяння розвитку «зеленої» економіки передбачено у розділі «Оптимізація екологічного стану довкілля і забезпечення екологічної безпеки населення» та підрозділі «Регуляторна політика та розвиток підприємництва» розділу «Забезпечення умов для соціально-економічного зростання») [2].
3. Програма сприяння розвитку підприємництва на 2022-2025 рр. (основними завданнями є ресурсна підтримка підприємництва, розвиток бізнес-навичок у результаті впровадження освітніх програм, підвищення конкурентоспроможності товаровиробника громади та популяризація місцевої продукції, розширення та спрощення доступу до нових ринків збуту, внаслідок приєднання сіл та збільшення громади – розвиток сільськогосподарської кооперації, а також розвиток бізнес-інфраструктури та ефективна співпраця влади, громади і бізнесу) [3].
4. Програма розвитку соціального підприємництва на 2021-2023 рр. [4] – визначено пріоритетні цілі та заходи для розбудови цілісної екосистеми для розвитку соціального підприємництва в громаді.
5. Програма сталого енергетичного розвитку до 2030 р. (основні цілі: вирішення проблеми глобального потепління і подолання тенденції зміни клімату шляхом скорочення власних викидів CO₂ щонайменше на 30% до 2030 р. з метою розвитку екологічно-орієнтованої економіки та підвищення якості життя населення; скорочення видатків бюджету на оплату паливно-енергетичних ресурсів) [5].

Список використаних джерел

1. Стратегія розвитку Івано-Франківської міської територіальної громади на період до 2028 року : рішення міської ради від 27.10.2017 р. № 276-16. URL: <http://www.namvk.if.ua/dt/168262/>

2. Програма економічного і соціального розвитку Івано-Франківської міської територіальної громади на 2021-2023 роки : рішення міської ради від 29.04.2021 р. № 152-8. URL: <http://www.namvk.if.ua/dt/583782/>

3. Програма сприяння розвитку підприємництва в Івано-Франківській міській територіальній громаді на 2022-2025 рр. : рішення міської ради від 23.02.2022 р. № 18-20. URL: <http://www.namvk.if.ua/dt/688967/>

4. Програма розвитку соціального підприємництва в Івано-Франківській міській територіальній громаді на 2021-2023рр. : рішення міської ради від 28.01.2021р. №52-4. URL: <http://www.namvk.if.ua/dt/539464/>

5. Програма сталого енергетичного розвитку Івано-Франківської міської територіальної громади до 2030 року : рішення міської ради від 26.11.2021р. № 395-18. URL: <http://www.namvk.if.ua/dt/661805/>

УДК 332.12

ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДГРУНТЯ КОНВЕРГЕНТНИХ ПРОЦЕСІВ В РЕГОНАЛЬНОМУ ПРОСТОРИ

ОКСАНА ЯКУШЕВА

Черкаський державний технологічний університет, Україна

Сучасний просторовий розвиток України характеризується такими основними трансформаційними тенденціями, як: посилення міжрегіональної соціально-економічної диференціації; поєднання процесів внутрідержавної міжрегіональної інтеграції та дезінтеграції; перехід від економічного спаду до економічного зростання із значними регіональними особливостями [1]. На нашу думку зростаючі диспропорції соціально-економічного розвитку регіонів України посилюють поляризацію економічного ландшафту, внаслідок чого відбуваються неконтрольований розвиток процесів урбанізації, занепад сільських територій та зростання масштабів периферійних територій.

Аналіз концентрації економічної активності на регіональному рівні дозволив визначити, що майже 50% створеної валової доданої вартості у промисловості України зосереджується у 31 місті з населенням понад 200 тис. [2]. Приток інвестицій, ресурсів та людського капіталу відбувається у найбільш інноваційних містах, які мають розвинену інфраструктуру та розвиток продуктивних сил. З одного боку, така ситуація дозволяє таким потужним містам виходити на новий технологічний рівень свого розвитку, а з іншого боку – міста із меншою концентрацією економічної активності страждають від браку необхідних технологій та ресурсів, що підвищує регіональні розбіжності та міжрегіональні диспропорції у країні. На національному рівні недостатньо акцентується увага на збалансованому регіональному розвитку країни.

Зарубіжний досвід просторого розвитку свідчить, щотериторіальнаконцентраціяпроявляється у різних масштабах як малих, так і крупних держав. Зокрема, 40%зайнятихуСШАзосередженовобмеженій кількості округівплощею,якаскладаєлише1,5%відзагальноїплощікраїни,агеографічнацільні

створюють проблеми збалансованого економічного розвитку країни та послаблюють потенціал інших регіонів, що лише починають розвиватися.

Процеси концентрації та зосередження в умовах відкритої економіки відбуваються на територіях різного масштабу. Зі створенням найбільших у світі регіонів інтеграції, таких як НАФТА, ЄС, Південна та Східна Азія, відбулось збільшення світового ВВП на 80% [4]. Тобто, єднання економічної активності територій підвищують їх продуктивність та посилюють потенціал один одного.

Як показують дослідження [2;3;4], значний вплив на концентрацію економічної активності має ефект агломерації. Притому, у країнах, що розвиваються диспропорції між рівнем соціально-економічного розвитку міських та сільських територій значно переважають такі ж процеси в розвинутих країнах, що свідчить про дію процесів урбанізації, зосередження виробництва та переміщення економічно активного населення до територій з високою економічною концентрацією [5]. Подальша еволюція урбанізованих територій підвищуватиме регіональні диспропорції розвитку та вимагатиме пошуку нових динамічних шляхів збалансованого соціально-економічного розвитку.

Тому інтеграційні процеси між регіонами є важливим етапом зменшення диспропорцій всередині країни та розосередження економічної активності. В. Борщевський, Г. Возняк, А. Григорєва, О.Джалілов та інші дослідники висувають думку, що дивергентні процеси неминучі та саме вони запускають зворотний процес конвергентних відносин між регіонами, які генерують ефект тяжіння до себе менш розвинутих регіонів. Державна влада починає шукати чинники зацікавленості розвинених регіонів в інтеграції їх з депресивними територіями та підвищує взаємозалежність між регіонами, що сприяє взаємному економічному зростанню. Синхронне економічне зростання регіонального розвитку є на сьогодні пріоритетним завданням будь-якої держави. Розглянемо які пріоритетні засади вкладають вітчизняні та зарубіжні вчені у твердження щодо збалансованого економічного розвитку територій.

Засновники теорії економічного зростання П. Ромер та Р. Лукас основними факторами поширення та розвитку конвергенції між територіями вважають збільшення капіталовкладень у науково-дослідницьку, конструкторську діяльність та інвестиції в людський капітал [6]. На думку вчених сучасна відкрита економіка базується на розвинутій науці та достатніх обсягах нагромадженого людського капіталу, що сприяє підвищенню взаємозв'язків між складовими загальної економічної системи.

Пріоритетність розосередження та агломерації економічної активності у процесі регіонального розвитку висувається П. Кругманом у теорії «нової економічної географії», який обґрунтував взаємодію розміру ринку з масштабом внутрішньої просторової економіки підприємств, їх транспортними витратами [7]. Тобто, вчений вкладає основний зміст у питання збалансування економічного розвитку територій через можливе корегування процесів агломерації та подальшої деконцентрації економічної активності кількох промислових центрів країни з метою її розосередження на усі території.

Серед сучасних наукових праць, які досліджують широкий спектр напрямів збалансованого регіонального розвитку і відносяться до інституційної економіки, слід відмітити праці Д. Родріка, Д. Аджемоглу і С. Джонсона, які наголошують на важливості впливу на економічний розвиток у мовлах глобалізації політичних та правових інститутів [8]. Інституціональне середовище є базовим етапом формування та реалізації умов збалансування просторової економіки та ініціює законодавче закріплення пріоритетних засад збалансування економічного розвитку регіонів. Значний досвід забезпечення конвергенції регіонів має Європейський Союз, біля 30% бюджету якого йде на реалізацію політики конвергентності – «...зменшення розбіжності у рівнях розвитку різних регіонів...» [9]. З моменту формування стратегії «Європа 2020» країни Європейського союзу суттєво трансформували свою промислову політику у напрямі спільного співробітництва через надання додаткових фінансових ресурсів.

Як кожне явище, процес конвергенції перебуває під впливом різних чинників, які відрізняються як за силою, так і за тривалістю впливу. Досліджуючи регіональні диспропорції та умови, що збалансовують соціально-економічний розвиток, варто виділити думку В. Чужикова, який до основних чинників збалансування регіонів на мезорівні виділяє такі складові [10]: спільне географічне положення; територіальна єдність; відносна природно-кліматична однорідність; подібна спеціалізація; спільна виробнича та соціальна інфраструктури; наявність стійких економічних внутрішніх зв'язків; формування спільних інтересів територіально-адміністративних одиниць щодо реалізації єдиної регіональної політики; відносна демографічна єдність; характер зовнішньоекономічних зв'язків.

Отже, розуміння теоретичних засад конвергенції та її впливу на регіональний розвиток дає змогу сформулювати бачення регіональної політики щодо зближення та інтеграції, а також визначити ефективні інструменти для підвищення рівня конвергенції між регіонами. Однак, необхідно враховувати, що ефект конвергенції може залежати від багатьох факторів та мати різні прояви в різних регіонах, тому важливо проводити детальні аналізи та оцінки на рівні конкретних територій. Таким чином, процеси конвергенції є важливим завданням удосконалення регіонального розвитку та вимагає комплексного підходу та врахування багатьох факторів. Для досягнення успіху необхідно забезпечити належне фінансування та підтримку, розробити ефективні інструменти управління та залучити громадськість до процесу розвитку.

Список використаних джерел

1. Сторонянська І. З. Процеси конвергенції / дивергенції соціально-економічного розвитку регіонів України: підходи до оцінки / І. З. Сторонянська // Регіональна економіка. № 2. 2008. С. 73-83.
2. Rodriguez-Pose Andres and Arbix Glaucio. «Strategies of Waste: Bidding Wars in the Brazilian Automobile Sector» // International Journal of Urban and Regional Research. 2001. Vol. 25(1). P. 134–154.
3. Jaison R., Abel I., Dey T.M., Gabe. Productivity and the Density of Human Capital. Journal of Regional Science. Volume 52, Issue 4. October 2012. P. 562-586.

4. Collier P. The Bottom Billion: Why the Poorest Countries Are Failing and What Can Be Done about it. - New York and Oxford, UK.: Oxford University Press, 2007. 224p.
5. Богачов С. Управління розвитком міських агломерацій в Україні: економіко-правові проблеми. Схід. 2015. № 5. С. 14–17.
6. Lucas R.E. On mechanisms of economic development // Journal of Monetary Economics. 1988. Vol. 22(1). P. 3-42
7. Fujita M., Krugman P., and Venables A. The Spatial Economy: cities, regions and international trade. - Cambridge, MA: MIT Press, 1999. 367p.
8. Acemoglu D., and Robinson S.H., 'De Facto Political Power and Institutional Persistence' - American Economic Review, 2006. 96(2) P. 325-330.
9. С. Писаренко. Інноваційне забезпечення конвергентності соціально-економічного розвитку регіонів України. Соц.-ек. проблеми сучас. періоду України, 2014, Вип. 3(107). С. 86-95.
10. Регіональна політика Європейського Союзу [Електронний ресурс]: підручник / [за ред. Віктора Чужикова]. К.: КНЕУ, 2016. 495 с.

УДК 332.1

ЛОКАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ ІРИНА ПІДРИЧЕВА

Інститут економіки промисловості НАН України, Україна

Розвиток територіальних громад (міських, сільських і селищних) нероздільно пов'язаний з інноваціями. **Інновація** – це новий або вдосконалений продукт (процес) або їх комбінація, які суттєво відрізняються від попередніх аналогів, є доступними для потенційних споживачів або надані для використання іншим сторонам – окремим особам, підприємствам чи організаціям [1, с. 20, 44].

Інновації мають ряд важливих властивостей. Вони відрізняють від ідеї та винаходу тим, що інновація є впровадженою, виведеною на ринок, комерціалізованою (оплаченою споживачем) та використовується. Якщо жодна людина або інституція, крім самого розробника, не використовує винахід, він не є інновацією. Інновація може бути створена будь-якою інституцією у будь-якій сфері буття суспільства (соціальной, економічній, екологічній, культурній), включаючи окремих його членів, бізнес, некомерційні організації та домогосподарства. Інновації не завжди базуються на дослідженнях і розробках, а можуть виникати безпосередньо у виробництві або певній місцевості як спонтанне рішення з розв'язання існуючої проблеми. Вони також передбачають освоєння вже існуючої технології, підходу, методу організації тощо, але в іншому середовищі (наприклад, на іншому підприємстві, в іншому регіоні, іншій громаді чи країні), а отже, інноваціям притаманна така властивість, як дифузія (поширення). За ступенем новизни інновації розділяються на нові для підприємства, ринку (галузі) або світу. Тобто інновація може передбачати створення продукту (процесу) з нуля, їх суттєву модифікацію або адаптацію до

нових умов. Інновація може включати одне радикальне удосконалення або серію невеличких, поступових поліпшень, що з часом призводить до загального покращення продукту (процесу). Інновація є системним явищем, який охоплює як процес створення інновації, так і результат цього процесу.

Множинність світових практик місцевого розвитку обумовила появу широкого розмаїття типів інновацій, які мають прямий або опосередкований вплив на досягнення Цілей сталого розвитку. Їх узагальнення [2-6] дозволило виділити такі типи місцевих інновацій:

«масові інновації» – соціальні інновації на рівні громади – інновації, спрямовані на вирішення актуальної соціальної проблеми або задоволення людської потреби чи мети; рішення, прийняті учасниками громади, спрямовані на сталий розвиток шляхом використання знань та навичок місцевої спільноти; можуть проявлятися у вигляді місцевих ініціатив і рухів (наприклад, добровільних асоціацій та кооперативів);

«сільські інновації» – створення та впровадження нових або удосконалених ідей (рішень), які стосуються сільської місцевості. Сільські райони, зазвичай, обмежені в доступі до базових послуг і ринків, що змушує сільських підприємців бути більш інноваційними;

«інновації для бідних» – інновації, спрямовані на економічно бідних споживачів, які можуть покращити їхній добробут;

«ощадливі інновації» – недорогі інновації для нижнього сегменту масового ринку, який до цього часу не обслуговувався. Ідеться про групу населення з низькими доходами, які не в змозі придбати певні групи товарів, наприклад, сільськогосподарську техніку, смартфони. Кількісно це значна група людей у світі, які довгий час не вважалися споживачами, а отже, здебільшого ігнорувалися, водночас їх можна розглядати як перспективну нову ринкову нішу для підприємств і організацій. Ощадливі інновації створюють інклюзивні ринки, сприяючи соціально-економічному розвитку громад, особливо у країнах, що розвиваються. Цей суспільний прошарок можна розглядати також як агентів інновацій у середовищі їх проживання. Вони можуть розробляти нові підходи до вирішення місцевих проблем, які будуть практичними, недорогими та екологічно безпечними, а отже, привабливими для використання;

«ендогенні інновації» – нові ініціативи населення (окремих осіб або їх груп), згенеровані всередині місцевої громади, які намагаються вирішити проблеми бідності та навколишнього середовища;

«корінні інновації» – концепція інновації, пов'язана зі стимулюванням китайським урядом розвитку місцевих технологічних інновацій;

«інновації джугаад» – концепція інновацій, заснована на індійській кмітливості *джугаад* на кшталт «нужда ввічлива, а голь догадлива», завдяки чому з'являються імпровізовані та нетрадиційні рішення місцевих проблем;

«інновації на основі обмежень» – інновації, задумані та створені місцевою спільнотою в умовах дефіциту ресурсів, часу та інших обмежень, які стимулюють генерацію нестандартних рішень.

Перелічені типи інновацій генеруються та впроваджуються (споживаються) на місцевому рівні, а отже, можуть бути об'єднані під єдиною концепцією **локальних інновацій**.

Узагальнюючи науково-практичні підходи до їх визначення, виділимо **особливості, притаманні цим типам локальних інновацій**, а саме:

створюються за межами формальних структур, таких як підприємства, університети або дослідницькі організації;

відбуваються у конкретному місці (місті, селі, селищі) із залученням або за ініціативою місцевого населення (окремих людей або їх груп), які шукають способи вирішення проблем, з якими стикаються у своєму повсякденному житті;

підтримуються або ініціюються місцевими органами влади для вирішення актуальних місцевих проблем і викликів;

розглядають місцеве населення не лише як кінцевих споживачів (користувачів) інновацій, а як активних агентів інновацій;

зазвичай зосереджені на уразливих групах населення (бідних верствах населення, вихідців із села, мігрантах тощо) та впливають на скорочення бідності;

не зводяться виключно до технологічних інновацій;

мають потенціал для забезпечення сталого розвитку, прямий або опосередкований соціальний, економічний та/або екологічний вплив.

Локальні інновації впливають на досягнення сталого розвитку, навіть коли створюються неусвідомлено. Так, мешканці невеличких населених пунктів, які взяли на себе роль агентів інновацій, особливо у країнах, що розвиваються, навряд чи до кінця усвідомлюють свою роль у досягненні Цілей сталого розвитку [7]. А втім вона є суттєвою, а місцеві дії – однією з важливих відповідей на глобальні виклики сталого розвитку. Про це свідчать численні приклади локальних інновацій, ініційовані місцевими громадами та/або місцевою владою, у різних регіонах світу.

Отже, **локальні інновації для сталого розвитку** можна описати як такі, що сприяють збалансуванню і гармонізації економічного та соціального розвитку із захистом навколишнього середовища територій і розташованих на них населених пунктів.

Список використаних джерел

1. Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation: 4th Ed. The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities / OECD : Paris; Eurostat : Luxembourg, 2018. 258 p.

2. Smith A., Fressoli M., Thomas H. Grassroots innovation movements: Challenges and contributions. *Journal of Cleaner Production*. 2014. Vol. 63. P. 114-124. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.12.025>.

3. Unlocking Rural Innovation. OECD Rural Studies. Paris : OECD Publishing, 2022. <https://doi.org/10.1787/9044a961-en>.

4. Lim C., Fujimoto T. Frugal innovation and design changes expanding the cost-performance frontier: A Schumpeterian approach. *Research Policy*. 2019. Vol. 48 (4). P. 1016-1029. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.10.014>.

5. Lazonick W. Indigenous Innovation and Economic Development: Lessons from China's Leap into the Information Age. *Industry and Innovation*. 2004. Vol. 11 (4). P. 273–297. <https://doi.org/10.1080/1366271042000289360>.

6. Prabhu J., Jain S. Innovation and entrepreneurship in India: Understanding jugaad. *Asia Pacific Journal Management*. 2015. Vol. 32. P. 843–868. <https://doi.org/10.1007/s10490-015-9445-9>.

7. Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development A/RES/70/1. *United Nations*, 2015. URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf> (дата звернення: 20.04.2023).

УДК 332.146.2

СТРАТЕГІЯ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

ЛІЛІЯ СІМКІВ, УЛЯНА АНДРУСІВ

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

В сучасних умовах смарт-спеціалізація розглядається як інструмент підвищення ефективності управління соціально-економічним розвитком регіонів та визначення стратегічних цілей їх сталого розвитку. Це сприятиме оновленню спеціалізації економіки регіонів шляхом розвитку інноваційних та екологічносприятливих нетрадиційних для певних регіонів видів економічної діяльності та стартап-індустрій.

Смарт-спеціалізація може стати важливим інструментом регулювання регіонального розвитку з точки зору визначення пріоритетів регіонів та моделі управління для прийняття рішень і сприятиме підвищенню регіональної конкурентоспроможності за рахунок оптимізації та диверсифікації структури економіки, забезпеченню ефективної спеціалізації регіонів з пріоритетом використання їхнього власного ресурсного потенціалу.

Використання смарт-спеціалізації відповідає стратегічним цілям сталого розвитку регіону, оскільки економіка, заснована на знаннях та інноваціях залишається одним з основних завдань в сучасних умовах розвитку. Крім того, стратегія смарт-спеціалізації є актуальною для досягнення сталого зростання, тому що сприятиме переходу до ресурсозберігаючої та низьковуглецевої економіки. Розумна спеціалізація сприяє і інклюзивному зростанню в регіонах, зміцнюючи територіальну згуртованість і підтримуючи структурні зміни, пропонуючи нові та кращі робочі місця та соціальні інновації, що забезпечить покращення якості життя громадян.

Саме використання концепції смарт-спеціалізації передбачає відхід від стимулювання виключно галузей чи секторів до підтримки більшою мірою процесу діяльності, а саме конкретних технологій або технологічних комплексів, специфічних (унікальних) можливостей, природних активів тощо. За цих обставин, при впровадженні механізмів структурної трансформації, основні

акценти спрямовуються на конкурентні переваги регіону та його інноваційний потенціал, зосередження державних ресурсів на пріоритетах та потребах інноваційного розвитку, інтенсифікацію приватних інвестицій в науково-дослідну сферу та залучення ключових стейкхолдерів до прийняття інноваційних рішень та визначення напрямів інноваційного розвитку [1].

Таким чином, смарт спеціалізація може допомогти регіонам забезпечити сталий економічний розвиток, який базується на їх унікальних можливостях та ресурсах. Наприклад, в певних регіонах є природні ресурси, які дозволяють їм розвивати високотехнологічні галузі, такі як відновлювана енергія або біотехнології, в інших регіонах є трудові ресурси з високим рівнем кваліфікації, що дозволяє їм створювати передові послуги в галузі інформаційних технологій або культурно-креативної індустрії.

При цьому зауважимо, що досить складним завданням є виявлення пріоритетних сфер, в яких регіон має конкурентні переваги або потенціал генерувати заснований на знаннях розвиток і здійснювати економічні перетворення, що вимагає врахування можливостей виходу на ринки, зайняття вільних ніш та проведення ефективного аналізу наявних ресурсів [2].

Найбільшою проблемою є обмеження можливостей щодо проведення оцінки інноваційного потенціалу регіонів, що унеможливорює формування науково-обґрунтованих пріоритетів розвитку смарт-спеціалізації економіки регіонів. В цьому контексті негативним є відсутність інформації щодо наявних патентів, інноваційних розробок, що здійснюється установами регіонів і можуть бути використані в реальному секторі економіки.

Проблему становить також відсутність ефективних зв'язків між науково-дослідним та підприємницьким сектором економіки регіонів, а також недостатня роль університетів у формуванні регіональної інноваційної системи, яка б стала базисом формування смарт-спеціалізації.

Виявлення сильних сторін регіону, які доцільно розвивати на засадах стратегії смарт-спеціалізації, варто здійснювати за такими критеріями [3]:

- наявність наукового та освітнього потенціалу, освітніх закладів та науково-дослідних інституцій;
- наявність реального потенціалу певних видів економічної діяльності;
- конкурентоспроможність цих видів економічної діяльності на зовнішніх ринках;
- активна інноваційна діяльність підприємств певних груп галузей економіки;
- формування та розвиток кластерів;
- наявність мультиплікаційного ефекту створення робочих місць в інших галузях економіки.

Отже, розвиток економіки регіонів на засадах смарт спеціалізації є пріоритетним напрямом, який може забезпечити сталий економічний розвиток як регіону, так і країни загалом та сприяти підвищенню якості життя населення.

Список використаних джерел

1. Ortega Argiles R., McCann P., Perianez-Forte I., Cervantes M., Larosse J., and Sanchez L. (2013). Innovation-driven growth in regions: the role of smart specialization, Paris: OECD/ODCE, 202 p.
2. Rodchenko, V. B. Belyavtseva, V. V. and Khripunova, D. M. (2018). Research of domains in the context of smart specialization strategy formation. *Sotsialna ekonomika*, vol. 56, pp. 69-77.
3. S.Shults, M. Maksymchuk, L. Simkiv and L. Marynchak. *7th International Conference on Modeling, Development and Strategic Management of Economic System (MDSMES 2019). Advances in Economics, Business and Management Research, volume 99*, p. 277-282.

УДК 332.12:338.43:502.131.1

СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ НА ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ТАМАРА ГЛАДКІХ

Вінницький національний аграрний університет, Україна

Україна є однією з найбільших європейських держав з потужними людськими, природними й сировинними ресурсами. Їх відтворення та невиснажливе використання – важлива передумова сталого економічного розвитку країни [1, с. 137]. У зв'язку з сучасними викликами, зокрема екологічними проблемами, раціональним використанням природних ресурсів, боротьбою з бідністю та забезпеченням доступу до продуктів харчування для всіх верств населення, національні та міжнародні політики розвинених країн орієнтуються на концепцію сталого розвитку. Ця концепція передбачає збереження природних ресурсів та раціональне їх використання, підвищення якості життя населення та зменшення нерівностей, а також підтримку сталого економічного зростання. Враховуючи те, що Україна має величезні сільські території, адже у країні понад 60 млн. га землі, із них 42,7 млн. га (понад 70%) – це земля сільськогосподарського призначення, сталість розвитку сільських територій значною мірою визначає забезпечення сталого соціально-економічного розвитку країни в цілому [2, с. 3].

Соціально-економічний розвиток сільських територій охоплює широкий спектр питань, пов'язаних з розвитком сільського господарства, промисловості, послуг, інфраструктури, соціальної сфери, туризму та інших сфер господарювання.

Однією з головних складових соціально-економічного розвитку сільських територій є розвиток сільського господарства, яке забезпечує продовольчу безпеку країни та створює робочі місця для місцевого населення. Крім того, сільське господарство є однією з основних галузей експорту для багатьох країн.

Ще однією важливою складовою є розвиток промисловості на сільських територіях, що дозволяє створювати нові робочі місця та забезпечує додаткові

доходи для місцевого населення. Аналіз підприємств, які займаються сільськогосподарськими культурами свідчить про тенденцію щодо зменшення їх кількості, що несе негативний вплив не тільки на локальному, а і національному рівні.

Таблиця 1

Кількість підприємств виробників сільськогосподарських культур

Культура	Кількість підприємств, од.		
	2019	2020	2021
Зернові та зернобобові культури	34673	32513	32403
Соняшник	22251	21856	22700
Цукровий буряк	586	506	553
Ріпак озимий та колькоза	5828	5006	4740
Соя	9825	8795	8538
Всього:	73163	68676	68934

Джерело: Систематизовано автором на основі [3].

Розвиток інфраструктури, зокрема дорожньої мережі, транспорту, електроенергетики та зв'язку, також є важливою складовою соціально-економічного розвитку сільських територій, оскільки забезпечує зручний доступ до ринків збуту та інших послуг. Соціальна сфера, зокрема освіта, охорона здоров'я, культура та спорт, нерозривно пов'язана з інфраструктурою, оскільки остання є важливим критерієм для підвищення якості життя місцевого населення та привабливості сільських територій для інвесторів та туристів.

Свій руйнівний вплив на соціально-економічний розвиток сільських територій країни внесла і війна на території України та спричинила значні виклики для забезпечення сталого розвитку цих територій. Перш за все війна спричинила значне зниження рівня інвестицій та збільшення боргу держави, що призвело до обмеження можливостей забезпечення необхідних ресурсів для розвитку сільського господарства та інфраструктури в сільських територіях. По-друге, війна призвела до значного зниження виробництва та збільшення витрат на паливо, енергію та інші ресурси, що спричинило зростання цін на продукти харчування та послуги, що негативно впливає на життєвий рівень сільського населення. Руйнування інфраструктури, складна демографічна ситуація, спричинена міграцією, замінування значних територій – усі ці явища несуть надзвичайно деструктивний вплив на соціально-економічний розвиток не тільки окремих сільськогосподарських регіонів, а і держави загалом, та, як наслідок, – погіршення якості та рівня життя населення.

Ключовою складовою у розбудові аграрної сфери країни є комплексний розвиток сільських територій, спрямований на стабільне забезпечення розвитку сільськогосподарського виробництва, поліпшення умов праці та проживання населення, збереження природного середовища. Даний процес повинен узгоджуватись із основними базовими, нормативними та концептуальними напрямами Концепції сільського розвитку до 2030 року [4], які спрямовані на вирішення проблем у світлі положень Цілей Сталого Розвитку, Концепції розвитку сільських територій, схваленої розпорядженням КМУ № 995-р від 23

вересня 2015 року, затвердженої Кабінетом Міністрів України «Державної стратегії регіонального розвитку України на період до 2020 року», розробленої Міністерством аграрної політики та продовольства України і підтриманої Національною радою реформ в Україні – Єдиної комплексної стратегії розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015-2020 роки».

Ефективний старт процесів розбудови сільських територій розпочато з початку 2015 року прийняттям Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад», згідно якого станом на 01.10.2020 року було створено 907 об'єднаних територіальних громад, з яких 409 – сільських та 205 - селищних, або 67,7 % складають сільські та селищні громади [4].

Метою Концепції сільського розвитку є комплексне впровадження принципів, підходів та механізмів інтегрованого розвитку сільських територій, який зумовлений нагальною необхідністю позбутися негативних реалій, що накопичилися в аграрній і соціальній сферах та на сільських територіях загалом. Досягнення даної мети можливе за декількома стратегічними векторами розвитку (рис. 1).

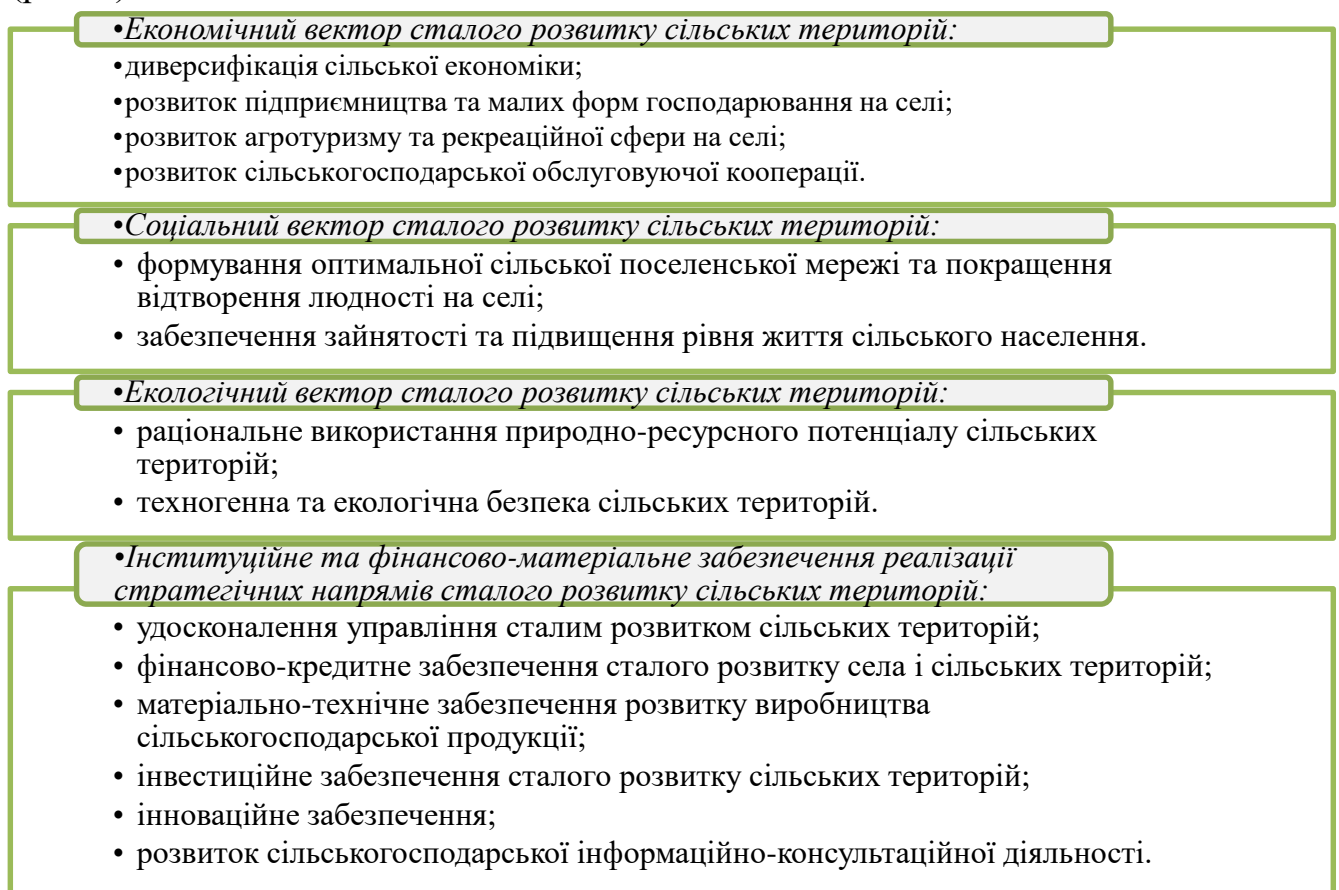


Рисунок 1 Стратегічні вектори розвитку

Джерело: [4].

Таким чином соціально-економічний розвиток сільських територій є важливим для забезпечення сталого розвитку країни в цілому. Він дозволяє підвищити життєвий рівень населення, зменшити рівень безробіття та міграції до міст, сприяє збереженню культурної спадщини та збереженню природних ресурсів. При цьому, для ефективного соціально-економічного розвитку сільських

територій важливо забезпечити ефективне використання ресурсів, зокрема земельних та водних ресурсів, підтримку малого та середнього бізнесу, розвиток інновацій та технологій у виробництві, а також створення сприятливих умов для інвестування.

Список використаних джерел

1. Lutkovska, S. (2020). Identifications of Environmental Risks in the System Environmental Economic Safety. *Scientific Horizons*. 3(88), 136–143. <https://doi.org/10.33249/2663-2144-2020-88-3-136-143>

2. Наукові основи стратегічної пріоритетної сталого розвитку сільських територій України : [брошура] / Гадзало Я. М., Жук В. М., Могилова М. М. [таін.] ; заред. Я. М. Гадзала ; Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки» – Київ : ННЦ «ІАЕ», 2019. – 40 с.

3. Економічна статистика. Державна служба статистики в Україні. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/cg.htm

4. Проект розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції сільського розвитку до 2030 року» . Міністерство економіки України. URL: <http://surl.li/gjdsml>

УДК 338:43

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

ОЛЕКСАНДР ПРИСТЕМСЬКИЙ, АЛІНА САКУН

Херсонський державний аграрно-економічний університет, Україна

Розвиток та ефективне функціонування галузевого підприємництва, яке в динамічному соціально-економічному просторі потребує переорієнтації державної фінансової підтримки на цільове використання земель та виробничих ресурсів, вимагає комплексних змін у податковій політиці, суттєвої переорієнтації ринків – з внутрішнього споживання і торгівлі на нові світові ринки. Оскільки галузеве підприємництво на селі є системоутворюючим вектором національної, продовольчої, фінансової, екологічної та енергетичної безпеки, його має забезпечувати державо-регуляторні та стимулюючі важелі в децентралізованих сферах.

Питання формування державної політики сталого розвитку та фінансового забезпечення суб'єктів галузей національної економіки є досить актуальним особливо в контексті глобального впливу світових інституцій, жорсткої внутрішньої та міжнародної конкуренції, яка поглиблює розуміння залежності секторального підприємництва в умовах децентралізації сільських територій та окреслює регуляторні фінансові важелі державної політики щодо каналів перерозподілу на місцевому рівні для підтримки фінансової самодостатності регіонів. Комплексний методологічний підхід до оцінки впливу державної

політики на сталий розвиток секторального підприємництва у сільській місцевості має здійснюватися через фінансові, економічні, бюджетні та соціальні показники цільового спрямування задіяних фінансових ресурсів[1].

Варто виділити такі етапи оцінки впливу державної політики на сталий розвиток підприємництва сільських територій:

1) вибір показників розвитку галузевого підприємництва з поділом їх на фінансові та соціально-економічні; визначення домінант надання державної фінансової підтримки суб'єктам господарювання;

2) розрахунок узагальнюючого показника, що визначає ступінь впливу державної політики на фінансово-економічний розвиток галузевого підприємництва на селі з урахуванням напрямів стимулюючих і стримуючих факторів;

3) розрахунок комплексного (узагальненого) інтегрального показника впливу державної політики на фінансовий та соціально-економічний розвиток галузевого підприємництва на селі.

Це означає, що основним напрямком планування (прогнозування) фінансової складової господарської діяльності аграрних підприємств є обов'язкове порівняння найкращого періоду ефективного використання фінансових ресурсів та формування фінансового показника, скориговані на зміну податкового навантаження, інфляції, процентних ставок за кредитні послуги, тобто до початку залучення фінансових ресурсів у технологічний процес, з показниками минулих періодів. Слід зазначити, що матеріальною основою фінансового потенціалу підприємства є фінансові ресурси[2].

Національна система державної підтримки галузевого підприємництва з акцентом на децентралізований вектор розвитку сільських територій визначає її пріоритетні напрями: основна діяльність; інвестиційна діяльність – відтворення ресурсного потенціалу суб'єктів галузевого підприємництва, що забезпечить їх конкурентоспроможність; інноваційний розвиток – селекція в рослинництві і тваринництві, навчання, впровадження сучасних технологій і т.д. Більше того, як набір інструментів державного регулювання галузевого партнерства вона розвивається у трьох основних формах: 1) пряма форма: фінансова підтримка, шляхом здешевлення кредитів; фінансове забезпечення підприємницької діяльності в сільському господарстві; фінансова підтримка розвитку фермерських господарств та надання кредитів; державна підтримка галузі тваринництва; 2) непряма форма: державне замовлення; зовнішньоекономічне регулювання діяльності агропромислового комплексу (квоти); фінансова підтримка здешевлення фінансового лізингу на купівлю машини та обладнання; 3) умовно-пряма форма: спеціальні податкові режими; рентна плата за спеціальне водокористування, нульова ставка ПДВ [3].

Проект Концепції сільського розвитку до 2030 року передбачає забезпечення сталого розвитку сільських територій, що передбачає єдність та збалансованість трьох його складових: економічної, соціальної та екологічної: економічна складова базується на збільшенні конкурентоспроможної продукції сільськогосподарська продукція, розвиток бізнесу та малі фермерські господарства у сільській місцевості; соціальна базується на створенні

оптимальних соціальних умов та підвищенні якості життя людини як головної цінності суспільства, забезпеченні зайнятості та підвищенні рівня життя сільського населення; екологічна базується на раціональному використанні природно-ресурсного потенціалу сільських територій та їх екологічній безпеці. Політика сталого розвитку враховуватиме місцеві потреби та стимулюватиме місцеві ініціативи. Проте підвищення інвестиційної привабливості сільськогосподарської діяльності можливе лише за надійної підтримки з боку держави, тим паче, що Світова організація торгівлі не забороняє таку форму, як субсидування цієї галузі. В умовах катастрофічного падіння інвестицій в основний капітал та старіння основних засобів скорочуються можливості для подальшого зростання заощаджень, на що, крім інфляції, суттєво впливає неадекватна амортизаційна політика[4].

Серед економічних показників впливу державної політики на цільове спрямування залучених фінансових ресурсів у сільській місцевості найбільш важливими є обсяги фінансування діяльності об'єднаних територіальних громад з різних джерел їх формування. Основним стримуючим фактором, що негативно вплинув на значення економічного показника, є зниження рівня рентабельності операційної діяльності суб'єктів підприємницької діяльності. Високий рівень цього показника зумовлений зміною податкового навантаження у зв'язку зі скасуванням спеціального режиму оподаткування ПДВ. Завдяки спеціальному режиму ПДВ цільове використання накопичених фінансових ресурсів спрямовувалося на оборотні кошти виробництва, переробки та зберігання сільськогосподарської продукції, таким чином збільшуючи чистий прибуток суб'єктів підприємства. Однак зупиненням податкового навантаження на суб'єктів галузевого підприємства відбулося збільшення кількості соціальних навантажень у вигляді сплати орендної плати за земельні ділянки (паї) [5].

Стратегічний вектор державної політики сталого розвитку галузевого підприємства на селі має передбачати: 1) стимулювання підприємницької активності, розширення експортного потенціалу галузей сільського господарства, збільшення обсягів виробництва трудомістка продукція, що, в свою чергу, сприятиме підвищенню зайнятості та доходів сільського населення; 2) державні гарантії раціонального використання природних ресурсів, безпечності харчових продуктів, екологічної безпеки; 3) соціальні гарантії сільському населенню на основі державних програм сільського розвитку.

Сформовані стратегічні та тактичні цілі державної підтримки сталого розвитку підприємства сільських територій мають формуватися виходячи з пріоритетності розвитку, необхідності якісного оновлення матеріально-технічної бази та створення розширення нової логістичної інфраструктури зберігання та реалізації сільськогосподарської продукції ринків збуту. Крім того, забезпечення якості реалізації цих заходів обумовлено формуванням ефективної системи фінансового забезпечення підприємницької діяльності у сільській місцевості, спрямованої на покращення доступу виробників до фінансових ресурсів на фінансовому ринку.

Список використаних джерел

1. Iryna V. Forkun, Oleksandr S. Prystemskyi, Olha S. Chernenko, Iryna A.

Chkan, Inna Ye. Yakusheva. Institutionalization of State Support and Development of Sectoral Entrepreneurship of Rural Areas. Public Policy and Administration. 2021, Vol. 20, Nr. 3, p. 454-463.

2. Трусова Н.В., Пристемський О.С., Сакун А.Ж. Фінансовий механізм та інструменти забезпечення стійкого розвитку аграрних підприємств. *Облік і фінанси*. 2019. № 4(86). С. 114-123.

3. Олійник, О.В. 2013. «Критерії державної підтримки сільськогосподарських підприємств». *Економіка агропромислового комплексу*, 2: 49-53.

4. Trusova, N., Kotvytska, N., Pikhniak, T., Pavlova, M., Plotnichenko, S. & Sakun, A. (2022). Attracting foreign investment in cyclic imbalances of the economy. *Scientific Horizons*, 25(5), 101-116.

5. Закон України № 2629-VIII «Про державний бюджет України на 2019 рік», від 23 листопада 2018 року. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2629-19>

УДК 338.43

СУЧАСНІ ТРЕНДИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ НАТАЛІЯ ХОМЮК

Волинський національний університет імені Лесі Українки, Україна

Сільські території є важливою складовою для розвитку агросектора України, але за останні роки ця ситуація докорінно змінилася. Кількість сільського населення постійно зменшується, зникають сільські населені пункти з карти, в результаті чого зменшуються доходи селянських господарств. Щоб зупинити негативну тенденцію, необхідно реалізувати новий підхід до розвитку сільської місцевості, який включає концепцію сталого розвитку сільських територій, стимулювання підприємницької діяльності, диверсифікацію зайнятості сільського населення та раціональне використання природних ресурсів.

Сьогодні сталий розвиток сільських територій є актуальним, адже сприяє вирішенню глобальних проблем, таких як зміна клімату, енергетична та продовольчої безпеки. В умовах воєнних стану в Україні першочерговим завданням для українського аграрного сектора стало забезпечення населення сільськогосподарською продукцією.

Від початку повномасштабного вторгнення РФ на територію нашої держави сільські території східного регіону та й загалом агропромисловий комплекс України опинився у надскладних умовах. Найбільшою загрозою для економіки та виживання країни в умовах війни був би повний зрив посівної кампанії, але цього не відбулось [1].

Значної шкоди воєнними діями заподіяно земельним ресурсам (мінування територій, зростання потреби в рекультивациі земель, які пошкоджені окопами, снарядами, військовою технікою. На думку Нейтера Р., через бойові дії повністю або частково зруйновані понад 84 тис. одиниць техніки і устаткування. Їхня вартість оцінюється у \$2,9 млрд. Це 44% від усіх фізичних пошкоджень завданих

агресором агросектору. Друга найбільша за розміром стаття збитків – це знищення та крадіжка вже виробленої продукції. Зернову, олійну та іншу сільгосппродукцію Україна втрачає не лише внаслідок атак, але й через організоване розграбування окупантами [2].

За оцінками Агроцентру KSE, у результаті російського вторгнення було знищено або викрадено 2,8 млн тонн зернових і 1,2 млн. тонн олійних культур минулорічного врожаю, загальною вартістю \$1,87 млрд. Ще одна категорія пошкоджених активів — зерносховища. Загалом було пошкоджено або знищено потужностей для зберігання зерна сукупною місткістю 9,4 млн. тонн. Значної шкоди також зазнає тваринництво, яке втрачає поголів'я через обстріли та неможливість продовжувати якісний догляд за тваринами в районах активних бойових дій. Внаслідок російської агресії загинуло майже 400 тис. бджолосімей, 95 тис. кіз та овець, 212 тис. великої рогатої худоби, 507 тис. свиней та майже 11,7 млн. птахів. Вартість втрачених сільськогосподарськими виробниками ресурсів тваринництва та бджільництва становить приблизно \$362 млн. Крім вже зазначених втрат, на постраждалих від війни територіях знищено понад 14,3 тис. га багаторічних насаджень, вартістю майже \$349 млн. Отже, згідно з останніми розрахунками аналітиків KSE Агроцентр і Мінагро, вартість пошкоджень, яких агросектор зазнав від агресії РФ, становить \$6,6 млрд [2].

Тому в післявоєнний період необхідно буде активно сприяти сталому, інклюзивному та розумному розвитку сільських територій. Одним із напрямів диверсифікації сталого розвитку є перехід до екологічно безпечного, тобто органічного, землеробства, яке зменшує негативний вплив на довкілля за допомогою використання органічних добрив, механічного обробітку. За останні роки попит на органічні продукти зростає в багатьох країнах світу, що створює нові можливості для фермерів перейти на екологічно безпечне землеробство та розвивати цей напрямок. Крім того, шляхом надання фінансової підтримки та навчання держави сприяють переходу до органічного землеробства.

Іншим напрямом є розвиток сталого лісового господарства, яке забезпечує збалансований розвиток лісів, збереження лісового покриву та зменшення впливу лісового господарства на клімат та довкілля.

Актуальним в умовах війни є використання відновлюваних джерел енергії, таких як сонячна та вітрова енергія, що дозволяє зменшити залежність від нафтових продуктів та зменшити викиди вуглецю [3].

Важливою складовою сталого розвитку сільських територій є також використання інноваційних технологій, які дозволили збільшити ефективність землеробства та зменшити втрати врожаю.

Тому парадигму сталого розвитку сільських територій покладено в основу розробки концепції диверсифікації розвитку цих територій, побудованої на засадах комплексності, міждисциплінарності та синергетики, цільовим орієнтиром якої є ефективне використання наявних і потенційних можливостей розвитку сільських територій для підвищення якості життя сільського населення; посилення конкурентних переваг цих територій та досягнення екологічної, продовольчої безпеки [4].

Отже, сталий розвиток сільських територій передбачає комплексний підхід до збереження навколишнього середовища, раціонального використання ресурсів та залучення інноваційних технологій.

Список використаних джерел

1. Шебештень Є. Складові розвитку сільських територій. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична.* 2022. Вип. 35. С. 82–87 URL: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7601571>
2. Нейтер Р. Скільки втратило сільське господарство України через агресію РФ та від чого залежить швидкість відновлення? *Економічна правда.* URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/12/19/695167/>
3. Хомюк Н. Необхідність диверсифікації розвитку сільських територій в умовах війни *Togetherunited: науковці проти війни: збірник тез доповідей I Міжнародної благодійної науково-практичної конференції* (Луцьк, 20 травня 2022 р.). Луцьк: Вежа-Друк, 2022. С. 125–128.
4. Хомюк Н. Л. Диверсифікація розвитку сільських територій в умовах децентралізації: монографія. Луцьк: Вежа Друк, 2019. 320 с.

УДК 352

РОЛЬ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД У ПРОЦЕСІ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ

ІРИНА ЮРИЧИНА, АНАСТАСІЯ ТВЕРДОХЛІБ

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, Україна

Україна розпочала шлях децентралізації у 2014 році з метою побудови ефективної, демократичної та самостійної системи місцевого самоврядування. Одним із важливих елементів цієї реформи є створення територіальних громад як основи публічного управління та адміністрування на рівні місцевої громади. Роль територіальних громад у процесі децентралізації в Україні надзвичайно важлива, оскільки вони є основними ланками в системі місцевого самоврядування та відіграють ключову роль у забезпеченні розвитку територій, покращенні якості життя громадян та зміцненні демократії на місцевому рівні.

По-перше, територіальні громади в Україні виконують важливі функції в розвитку територій. Завдяки децентралізації, вони отримали можливість залучати фінансові ресурси з місцевих бюджетів, отримувати державні та місцеві субвенції, розпоряджатися своїми ресурсами та розробляти стратегії розвитку відповідно до потреб та можливостей своєї громади.

По-друге, територіальні громади в Україні відіграють важливу роль у зміцненні демократії, громадської активності та участі громадян у процесах прийняття рішень на місцевому рівні. Децентралізація передбачає передачу владних повноважень та ресурсів на рівень територіальних громад, що дає можливість громадянам бути більш активними у вирішенні питань, що стосуються їхнього життя та співпраці з органами влади, сприяє розвитку громадського лідерства та громадського активізму. Територіальні громади

виступають важливим форумом для взаємодії місцевих жителів, громадських організацій, бізнесу та владних структур, де можуть бути вислухані різні голоси та знайдені компроміси щодо важливих питань. Це сприяє розвитку громадської свідомості, підвищенню рівня взаємодії та довіри між місцевим населенням та органами влади, а також розбудові демократичних процесів на місцевому рівні [4].

Крім цього, на них покладається роль забезпечення транспарентності, відкритості та відповідальності в органах місцевого самоврядування. Завдяки більшому ступеню владних повноважень та ресурсів, територіальні громади відповідають перед своїми громадянами за ефективне та відповідальне використання ресурсів, здійснення розумних рішень у сфері бюджетної політики, планування розвитку та інших сфер життєдіяльності громади.

Однією з важливих функцій територіальних громад є забезпечення збалансованого розвитку регіонів, шляхом розширення можливостей для розвитку місцевого бізнесу та привабливості інвестицій. Завдяки збільшенню фінансової автономії, територіальні громади мають можливість власного планування та залучення інвестицій в свої території. Крім того, територіальні громади можуть активно сприяти впровадженню інноваційних проєктів, розвитку сільського господарства, туризму та інших перспективних галузей, що забезпечує сталість та конкурентоспроможність місцевих економік. Це сприяє розвитку місцевих підприємств, створенню нових робочих місць, забезпеченню економічного зростання на рівні громади, зменшенню регіональних розбіжностей, рівномірному розвитку економіки та інфраструктури, а також підвищенню як соціального, так і економічного рівня життя населення в усіх регіонах країни [2].

Територіальні громади також відіграють важливу роль у розвитку інфраструктури на місцевому рівні. Завдяки більшому рівню фінансування та владних повноважень, вони можуть розробляти та реалізовувати проєкти з будівництва та реконструкції доріг, водопостачання, каналізації, енергетики, житлово-комунального господарства та інших видів інфраструктури, що сприяє покращенню якості життя громадян. Окрім того, територіальні громади мають можливість сприяти розвитку соціальних та культурних ініціатив на місцевому рівні. Вони можуть забезпечувати підтримку освітніх установ, культурних закладів, спортивних клубів, молодіжних організацій та інших соціальних проєктів, які сприяють розвитку громадського життя та зміцненню громадської свідомості. Це дозволяє забезпечити доступність якісних соціальних послуг, підвищення рівня освіти та культурного розвитку, зміцнення здоров'я громадян, а також покращення загального соціального клімату в громадах.

Однак, разом з усіма позитивними аспектами децентралізації та ролі територіальних громад, існують також певні виклики та проблеми. Одна з них – нерівність між різними громадами в Україні. Внаслідок різних рівнів розвитку та фінансової самостійності громад, деякі з них можуть мати більші можливості та ресурси для розвитку, в той час, як інші можуть залишатися менш розвинутими та залежними від фінансової допомоги від держави. Це може призводити до нерівномірного розподілу розвитку та відставання деяких територій від інших. Тому необхідно забезпечувати більш рівний розподіл

ресурсів та можливостей між різними територіальними громадами, зокрема тими, що знаходяться в менш розвинених регіонах [3].

Важливим завданням для ефективного розвитку територіальних громад є необхідність покращення кадрового потенціалу територіальних громад. Багато громад, особливо в сільських та віддалених регіонах, стикаються з викликами в управлінні та реалізації проєктів, через відсутність кваліфікованих кадрів. Децентралізація передбачає відведення більшої влади та відповідальності місцевим органам влади, але не завжди вони мають достатньо ресурсів та знань для ефективного управління громадськими справами. Тому необхідно вдосконалювати систему підготовки та підвищення кваліфікації місцевих державних службовців, забезпечувати доступ до професійного розвитку та навчання для кадрів на місцевому рівні. Це сприятиме підвищенню ефективності роботи територіальних громад та реалізації їхніх стратегічних розвиткових планів.

Ще одним викликом є забезпечення сталої фінансової стабільності територіальних громад. Хоча з децентралізацією пов'язані перекази фінансових ресурсів від держави до громад, але не завжди вони є достатніми для забезпечення всіх потреб громад. Деякі громади, особливо менш розвинені, можуть мати обмежені можливості для залучення власних прибутків, наприклад, з податків чи зборів, через низький рівень економічної активності, відсутність власної бази підприємств та інших джерел доходів. Тому важливо розробляти механізми для забезпечення сталої фінансової бази територіальних громад, зокрема, розвивати їхню економіку, залучати інвестиції, розробляти ефективні механізми управління бюджетами, спрямовувати ресурси на розвиток місцевих підприємств та розумне використання бюджетних ресурсів [1].

Однією з проблем може стати відсутність власної інфраструктури та ресурсів у деяких територіальних громадах. Багато громад, особливо в маленьких населених пунктах, можуть бути обмежені в доступі до власних ресурсів та інфраструктури, таких як водопостачання, електропостачання, дорожні мережі та інші комунальні послуги. Це може ускладнювати розвиток громад та погіршувати якість життя мешканців. Для вирішення цієї проблеми, необхідно вдосконалювати інфраструктуру в маленьких громадах та забезпечувати їхній доступ до необхідних ресурсів.

Можна зробити висновок, що врахувавши усі запропоновані шляхи вирішення сучасних викликів та проблем розвитку, завдяки децентралізації та розширенню повноважень, територіальні громади мають можливість більше контролювати свій розвиток, приймати важливі рішення, розробляти та реалізовувати власні стратегії розвитку. Вони також мають можливість більше залучати громадян до прийняття рішень, проводити громадські обговорення та консультації, враховувати потреби та думки громадськості.

Список використаних джерел

1 Кравців В., Сторонянська І. Територіальні громади в умовах децентралізації: ризики та механізми розвитку. Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України, 2020. 531 с. (Серія «Проблеми регіонального розвитку»).

2 Крайник О., Федорчак О. Фінансування розвитку територіальних громад в умовах децентралізації. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики Том 2 (43), 2022. С.118-125.

3 Могілевський В. С. Роль децентралізації публічної влади в становленні та розвитку місцевого самоврядування в Україні. Вісник ЦВК. 2017. Вип. 1 (35). С. 60-65.

4 Пап В., Бошота Н. Роль процесу децентралізації у соціально-економічному розвитку об'єднаних територіальних громад. Міжнародний та національний досвід суспільно-географічного розвитку туристичної галузі в умовах євроінтеграції: тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції. Мукачево: МДУ, 2022. С. 70-72.

УДК 35.001.891.3(477)

ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ НОВІТНІХ КОНЦЕПЦІЙ В УПРАВЛІННІ ТЕРИТОРІАЛЬНИМИ ГРОМАДАМИ В УКРАЇНІ

ІННА ШАРКО, ЕЛЬМІР ПУНЬКО

Державний біотехнологічний університет, Україна

Моделі впровадження публічної політики знаходять своє втілення у різних концепціях. Моделювання публічної політики в системах, що знаходяться в перехідному стані, важко піддається теоретизації та емпіричній перевірці. Це пояснюється нестабільністю багатьох компонентів системного характеру, конфліктністю на різних етапах вироблення рішень, відсутністю практики регулювання, протиріччями в суспільстві, неготовністю учасників публічного процесу до діалогу[1]. У той же час необхідність втілення таких концепцій у практику публічного управління в Україні диктується вимогами сучасного етапу реформування системи державного і територіального управління країною[2, 3].

На сьогоднішній день існує багато новітніх управлінських концепцій: «New Public Management», «Good Governance», «FAST Government», «Open Government». Ми детальніше зупинимося на концепції «Good Governance» (GG) або Доброго врядування. Добре врядування – це концепція, яка стосується способу управління державними установами та надання ними послуг громадянам.

Принципи доброго демократичного врядування на місцевому рівні:

1) чесне проведення виборів, представництво та участь для забезпечення реальних можливостей для всіх громадян мати право голосу в місцевій публічній діяльності. Місцеві вибори проводяться відкрито та чесно, відповідно до міжнародних стандартів та національного законодавства і без будь-яких фальсифікацій та ін.;

2) зворотний зв'язок – чутливість для забезпечення того, щоб органи місцевого самоврядування реалізовували законні очікування та потреби громадян. Завдання, правила, структури та процедури пристосовані до законних очікувань та потреб громадян; послуги надаються, а запити та скарги розглядаються у прийнятні часові терміни;

3) ефективність і результативність – для забезпечення досягнення цілей при найбільш оптимальному використанні ресурсів. Результати відповідають поставленим цілям; наявні ресурси використовуються найкращим із можливих способів; системи управління ефективною діяльністю дозволяють оцінити та підвищити ефективність та результативність послуг; регулярно проводяться аудити для оцінки та поліпшення діяльності;

4) відкритість і прозорість – для забезпечення публічного доступу до інформації та сприяння розумінню того, як реалізується місцева публічна діяльність. Рішення приймаються і реалізуються відповідно до правил і вимог чинного законодавства; існує публічний доступ до всієї інформації, за винятком тієї, доступ до якої обмежений на підставі закону (як, наприклад, захист приватності чи забезпечення чесності процедури закупівель) [4].

Для потреб розвитку та удосконалення управління територіальними громадами в Україні «Добре врядування» може бути застосоване для покращення менеджменту ресурсів, сприяння прозорості, підзвітності та участі і, в кінцевому підсумку, підвищення якості життя громадян.

Існує кілька перспектив застосування концепції «Доброго врядування» в управлінні територіальними громадами в Україні. Деякі з цих перспектив включають такі аспекти:

1) покращення надання послуг. Практики доброго врядування можуть покращити надання публічних послуг громадянам, таких як охорона здоров'я, освіта та інфраструктура. Цього можна досягти завдяки кращому плануванню, бюджетуванню та управлінню ресурсами, а також розширенню участі громадян у процесах прийняття рішень;

2) підвищення прозорості та підзвітності. Практики належного врядування сприяють підвищенню прозорості та підзвітності в державних установах. Це може допомогти знизити рівень корупції та сприяти зміцненню довіри між громадянами та їхніми представниками;

3) розширення прав і можливостей громадян. Практики доброго врядування сприяють участі громадян у процесах прийняття рішень, що може допомогти розширити можливості громадян та надати їм право голосу в управлінні своїми громадами;

4) сприяння економічному розвитку. Практики доброго врядування можуть допомогти створити сприятливе середовище для економічного розвитку. Цього можна досягти шляхом заохочення підприємництва, інвестицій та інновацій.

5) зміцнення демократії. Практики доброго врядування сприяють утвердженню демократичних цінностей та інститутів. Це може допомогти зміцнити демократичні процеси та інститути на місцевому рівні, що важливо для загального здоров'я демократії в Україні.

Отже, перспективи застосування концепції доброго врядування в управлінні територіальними громадами в Україні є значними. Сприяючи прозорості, підзвітності та участі громадян, практики доброго врядування можуть покращити надання послуг, розширити права і можливості громадян, стимулювати економічний розвиток та зміцнити демократію.

Список використаних джерел

1. Мазур О., Соколовська О. Особливості впровадження новітніх управлінських концепцій: регіональна модель модернізації адміністративних процесів в органах публічного управління в умовах цифрової трансформації суспільства. *Аспекти публічного управління*. 2020. № 5. Т.8. С. 107 – 116.

2. Чальцева О. М., Швець К. А. Досвід застосування сучасних концепцій та моделей публічного управління у перехідних системах. *Політичне життя*. 2021. № 1. С. 558 – 65.

3. Колодій А.Ф. Концепція публічного (нового) врядування в її застосуванні до демократичних і перехідних систем. *Демократичне врядування: науковий вісник ЛРІДУ НАДУ при Президентові України*. 2013. URL : <http://www.lvivacademy.com/visnik10/fail/Kolodij.pdf>.

4. Дурман О. Л. Good Governance – основа для розбудови ефективної системи публічного управління. *Публічне управління та митне адміністрування*. 2019. № 1 (20). С. 37 – 43.

УДК 353

ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

ІРИНА ЮРИЧИНА, АНАСТАСІЯ ЛЕНЧУК

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, Україна

Розширення ролі регіонів в розвитку країни та збільшення ефективності управління на місцевому рівні є важливими складовими сучасних управлінських трансформацій в Україні. Завдання стратегічного розвитку регіонів передбачає використання ефективних інструментів, таких як публічно-приватне партнерство (ППП). Загальний досвід реалізації проектів ППП свідчить про його перспективність та придатність до вітчизняних реалій. Умови інфраструктурного розвитку, модернізація житлово-комунального господарства та підвищення якості надання публічних послуг вимагають альтернативних підходів до регіонального розвитку, включаючи ДПП. Комбінування можливостей держави та приватного сектора через ППП може стимулювати соціально-економічний розвиток регіонів.

Ми вважаємо, що публічно-приватне партнерство відрізняється від традиційної приватизації, яка передбачає передачу прав власності на підприємства або засоби виробництва приватному сектору. У публічно-приватному партнерстві права власності на об'єкти такого партнерства не передаються цілком приватному оператору. У Європейському Союзі публічно-приватне партнерство відоме як Public Private Partnership (PPP) і визначається Європейською Комісією як передавання приватному сектору частини повноважень, відповідальності та ризиків щодо реалізації інвестиційних проектів, або як система відносин між органом публічної влади та приватною організацією, у якій останній надається більша роль у плануванні, фінансуванні та реалізації

певної послуги для населення, ніж під час використання традиційних процедур співпраці, але менша, ніж під час використання механізму приватизації.

Закон України «Про державно-приватне партнерство» № 2404-VI свідчить про зростаючий інтерес до державно-приватного партнерства на державному рівні в Україні, особливо в останні часи. Згідно з цим законом, державно-приватне партнерство визначається як співробітництво між державою, територіальними громадами та юридичними особами, крім державних та комунальних підприємств, або фізичними особами - підприємцями. Це співробітництво здійснюється на основі договору в порядку, встановленому цим Законом та іншими законодавчими актами[1].

Даний Закон передбачає можливість укладання договорів не тільки державними органами влади та уповноваженими ними центральними чи місцевими органами виконавчої влади, а й органами місцевого самоврядування та/або територіальною громадою. Органи місцевого самоврядування мають право самостійно вирішувати питання щодо визначення переліку об'єктів комунальної власності, відносно яких доцільно використовувати можливі форми партнерства з приватним партнером, а також умови проведення конкурсів.

Передача об'єктів державної або комунальної власності приватному партнеру для виконання договору не означає передачі прав власності на ці об'єкти до приватного партнера. Протягом реалізації проекту такі об'єкти не можуть бути приватизовані, а майно, створене приватним партнером за договором, залишається в державній або комунальній власності.

Крім того, важливим є закріплення загальних умов проведення конкурсів та укладення договорів у рамках державно-приватного партнерства з аналізом економічних та фінансових аспектів, соціальних наслідків та ризиків реалізації проекту, а також з державним контролем та гарантіями. Гарантії включають умови про недопустимість змін до законодавства щодо умов реалізації проектів у рамках партнерства, невтручання державних та місцевих органів у діяльність приватного оператора та збереження умов договорів на весь термін їх дії. Це має сприяти збільшенню зацікавленості приватних операторів у розвитку економіки регіонів, оскільки вони будуть впевнені в можливості досягнення очікуваних результатів.

Важливо відзначити, що хоча публічно-приватне партнерство має багато переваг, таких як соціальна відповідальність та громадська підзвітність, Закон не вимагає звітування органів державної та місцевої влади про умови та виконання договорів. Наша думка полягає в тому, що прийняття одного закону, який визначає відносини між державним та приватним секторами, має велике значення, оскільки це дозволяє встановити єдині принципи та вимоги для можливих форм співпраці.

Особливо важливі проекти публічно-приватного партнерства на рівні місцевого самоврядування, де комунальна влада має на собі основне навантаження щодо реалізації проектів соціального значення, таких як підтримка дорожнього і транспортного господарства, соціальної інфраструктури, водного господарства та охорони довкілля, будівництва житла, водоочисних споруд, енергозабезпечення та ін. Однак, комунальна влада зіткнулася з проблемою

нестачі фінансових ресурсів, тому залучення приватного капіталу стає необхідністю для вирішення нагальних соціально-економічних завдань.

Вважаємо, що публічно-приватне партнерство має безліч переваг, список яких вражає своєю розмаїтістю, це не означає, що концепція не має своїх недоліків. Серед потенційних недоліків публічно-приватного партнерства можна виділити наступні [3]:

вища ціна капіталу для приватного сектора, яку слід рекомпенсувати завдяки правильно проведеному тендеру на реалізацію проекту та більшій продуктивності приватного сектора;

обмеження фінансової еластичності державного сектора через довготермінові зобов'язання в рамках партнерської угоди;

більш складний, витратний у часі та коштовний процес реалізації концепції партнерства приватного та державного секторів, що потребує залучення відповідних ресурсів як з публічного, так і з приватного боку.

Хоча реалізація механізмів публічно-приватного партнерства може стикатись з певними труднощами, це не означає, що таке партнерство не має корисних переваг. Проблеми можуть виникати лише тоді, коли проекти ДПП структуруються недостатньо прозоро та уважно, а суттєві деталі не відображаються в угодах з приватним сектором. Для того, щоб уникнути таких проблем, необхідно висока кваліфікація представників місцевих органів влади, відповідні закони та чітко прописані механізми їх реалізації. Зокрема, важливо забезпечити справедливі та прозорі процедури відбору партнерів, гарантії отримання вартості, що виправдовує витрати, розумні способи врегулювання суперечок, а також здатність протистояти новим викликам у цілях підвищення надійності надання послуг структурами ДПП. За таких умов можна очікувати позитивні наслідки публічно-приватного партнерства.

На жаль, на сьогоднішній день не всі можливості публічно-приватного партнерства використовуються. Наприклад, немає встановлених кваліфікаційних та фінансових вимог до операторів, які займаються комунальним господарством. Якщо приватні оператори допускаються на ринок інфраструктурних послуг, то вони повинні професійно та ефективно керувати відповідними об'єктами та розбиратися у фінансово-економічних, технічних та екологічних аспектах їхньої діяльності. Не слід покладати вину на представників бізнесу за те, що держава не забезпечує необхідну роботу. Тому, незважаючи на ці недоліки, не можна відмовлятися від інституту публічно-приватного партнерства, який успішно застосовується у світі.

Отже, можна зробити висновок, що успішна реалізація публічно-приватного партнерства у нашій державі потребує формування спеціальних умов. Ці умови включають визначення вимог до операторів, що бажають працювати у відповідних галузях, впровадження проектної форми реалізації, обґрунтування форми залучення приватного сектору, ефективний контроль за діяльністю приватних операторів, розроблення вимог до системи звітності, залучення громадськості до прийняття рішень та визначення механізмів відповідальності за збитки майна територіальних громад.

Список використаних джерел:

1. Про державно-приватне партнерство в Україні : Закон України від 1 липня 2010 р. № 2404–VI. URL: <http://www.president.gov.ua/documents/12134.html>
2. Публічно-приватне партнерство. URL: <http://www.dialog.lviv.ua/socialpartnership/articles/10>
3. Лебеда Т. Державно-приватне партнерство як фактор економічного зростання та проблеми його розвитку в Україні. Економіст. 2011. № 3. 52–58с.

УДК 330.341

МЕРЕЖЕВІ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ СТАЛОГО ПРОСТОРОВОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ СИСТЕМ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ

ГАННА КОНДРАТЬЄВА

*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»,
Україна*

Мережеві форми організації просторового розвитку територіальних громад є актуальною та складною проблематикою, пов'язаною зі створенням ефективної та стійкої системи сталого розвитку території, яка відповідає сучасним викликам та потребам суспільства. Однією з проблем, щодо використання мережевих форм, є визначення оптимальної структури територіальної мережі та її елементів. Це вимагає врахування різних факторів, таких як демографічні, економічні, культурні та екологічні особливості території. Визначена проблема потребує детального вивчення та розробки наукових і практичних рішень, щоб забезпечити ефективне управління мережевих форм сталого просторового розвитку території.

Мережеві форми забезпечують організацію просторового розвитку території на основі створення мережі взаємозв'язків між елементами розвитку (наприклад, між населеними пунктами територіальної громади, критичною інфраструктурою, промисловими комплексами, бізнесом, інститутами громадянського суспільства). Це означає взаємодію різних суб'єктів і взаємозв'язок між ними в рамках мережевої структури для досягнення спільних цілей, пов'язаних зі сталим просторовим розвитком території. Такий підхід дозволяє створити інтегровану систему управління, яка забезпечує більш ефективний розвиток території, а також підвищує їх конкурентоспроможність. Важливим завданням для територіальних громад є забезпечення розвитку та взаємодії всіх елементів мережі.

Мережева структура об'єднує незалежні, самостійні суб'єкти для досягнення конкретних власних інтересів через реалізацію спільної для всіх місії, що дасть можливість кожному досягти свого, та не дублювати діяльність один одного. Мережеву структуру будують так, як павуки плетуть павутиння (тенета) – де кожна складова підпорядкована кільком іншим складовим [1].

Головними особливостями функціонування мережевої структури є: сприйняття та розуміння загальної мети, яка може бути досягнута кожним учасником окремо в межах мережевої взаємодії; добровільний характер зв'язків

між учасниками та відповідальність партнерів за досягнення кінцевої мети; наявність багатьох лідерів; множинний характер взаємодій (кожний учасник мережі може самостійно встановлювати контакти з іншими учасниками). Мережа є відкритою та гнучкою конфігурацією, яка змінюється в залежності від потреб.

С. Ситник зазначив, що управління мережевою структурою спрямовано задовольняти суспільні інтереси та завдання, а також це сучасний підхід до розуміння публічного управління як системи, побудованої на переході від ієрархічного управління до управління за допомогою переговорів, узгодженні інтересів, кооперації державних, суспільних, приватних, змішаних структур [2].

Мережева структура управління територіальними громадами може бути представлена у вигляді системи, в якій різні рівні управління знаходяться у взаємодії між собою для досягнення загальних цілей: державний рівень – національні органи влади, які відповідають за координацію роботи територіальних громад та забезпечують реалізацію загальнонаціональних стратегій розвитку; регіональний рівень – районні, обласні органи влади, які координують дії місцевих рад та забезпечують реалізацію загальних проектів на рівнях влади вищого рівня; місцевий рівень – місцеві ради, які мають право на управління конкретною територіальною громадою, представники громадськості та приватного сектору, які допомагають у формулюванні та виконанні стратегій розвитку території. Всі суб'єкти мережевої структури управління територіальними громадами мають працювати злагоджено та швидко реагувати на зміни, щоб разом забезпечити ефективне використання ресурсів та досягти максимального соціально-економічного та екологічного розвитку.

В Україні мережева структура управління територіальними громадами закріплена на законодавчому рівні: Конституцією України (документ 254к/96-ВР, від 01.01.2020 р.), в якій передбачено, що місцеві органи влади забезпечують розвиток території та сприяють підвищенню якості життя мешканців; ЗУ «Про місцеве самоврядування в Україні» (документ 280/97-ВР, від 31.03.2023 р.), який визначає права та обов'язки місцевих рад, регулює місцеві вибори та визначає порядок формування та функціонування територіальних громад; ЗУ «Про засади державної регіональної політики» (документ 156-VIII, від 31.03.2023 р.), який передбачає здійснення регіональної політики з надання сталого розвитку території; ЗУ «Про основи державної регіональної політики в Україні» (документ 156-VIII, від 31.03.2023 р.), який визначає основні завдання та напрями державної регіональної політики, включаючи створення мережевої структури управління територіальними громадами; ЗУ «Про місцеві державні адміністрації», (документ 586-XIV, від 01.01.202 р.), який регулює структуру та функції місцевих державних адміністрацій, визначає їх роль у розвитку території; та інші законодавчі акти, які можуть впливати на мережеву структуру управління територіальними громадами.

Управління мережевими формами сталого просторового розвитку території – це комплекс заходів та стратегічних дій, спрямованих на організацію та підтримку рівномірного та стійкого розвитку території з урахуванням їх потенціалу та потреб [3]. Для досягнення цієї мети можуть бути використані мережеві форми, такі як: мережа соціальної інфраструктури (школи, лікарні, культурні заклади та інші), які забезпечують соціальну підтримку та розвиток

населення території; мережа транспортної інфраструктури, (дороги, залізниці, аеропорти та інші транспортні вузли), які забезпечують ефективне транспортне сполучення між населеними пунктами; мережа економічної інфраструктури, (промислові підприємства, торгові центри, бізнес-інкубатори та інші структури), які сприяють соціально-економічному розвитку.

Мережеве управління (Network model of Government) це модель, в якій представники влади децентралізованим способом працюють як мережа, а не традиційна ієрархічна організація.

Мережеве управління має характерні риси: *залежність від ресурсів* (міжорганізаційна співпраця є наслідком взаємозалежності ресурсів, і коли стикаються зі складними проблемами, учасники мають обмінюватися ресурсами для досягнення своїх спільних цілей (Фадда та Ротондо 2020; Сапат, Еснард і Колпаков 2019); *лідерство* може створювати мережі, розширювати можливості членів, сприяти спілкуванню та взаємодії, мінімізувати конфлікти, вирівнювати інтереси учасників, зміцнювати довіру, використовувати креативний підхід, сприяти системному мисленню; *довіра* є важливою передумовою та наріжним каменем співпраці, особливо у співпраці, яка не передбачена урядом, а скоріше покладається на мобілізацію ресурсів партнерів для досягнення спільних цілей (Lundin 2007; Ванген, Хейс і Корнфорт 2015); *влада* в міжорганізаційному співробітництві походить від авторитету, ресурсів і легітимності (Purdy 2012) і дисбаланс влади, ймовірно, існуватиме в будь-яких формах співпраці, оскільки влада завжди нерівномірно розподілена між партнерами (Ran і Qi 2019); *ефективність* зосереджена на двох аспектах: як її вимірювати та які фактори на неї впливають [4].

Мережеві форми організації сталого просторового розвитку є важливим інструментом управління розвитком територій України, для співпраці різних стейкхолдерів, у вирішенні проблем розвитку територій. Важливою особливістю мережевих форм організації є їх розподіленість та динамічність, що дає змогу адаптуватись до змін у соціально-економічному середовищі. Застосування мережевих форм сприяє забезпеченню ефективного використання ресурсів територій, розвитку інноваційних технологій та підвищенню конкурентоспроможності регіонів України.

Список використаних джерел

1. Додонов О.Г., Кузьмичов А.І., (2021), Д60 Мережеві організаційні структури управління. Моделювання та візуалізація засобами Excel. К.: Видавництво Ліра-К, – 264 с.

2. Ситник С.В. Мережеве управління. URL: http://e-pidruchniki.com/content/1318_Merejeve_upravlinnya.html.

3. Щербак В. (2018), Мережеве управління, як складова багаторівневого врядування. PUBLIC ADMINISTRATION. International Academy Journal Web of Scholar. ISSN 2518-167X.

4. Huanming Wang & Bing Ran (2021), Управління мережею та спільне управління: тематичний аналіз їх подібностей, відмінностей і взаємозв'язків, Public Management Review.

ПРОГНОЗУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ПАРАМЕТРІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

ОЛЕСЯ ХОХУЛЯК

Дослідницька служба Верховної Ради України, Україна

В сучасних реаліях глобального розвитку економіки вирішення проблем розвитку територій є одним із пріоритетних напрямів, оскільки формування ефективного механізму реалізації цілей державної політики на рівні місцевого самоврядування визначає можливі траєкторії розвитку всієї національної економіки. Диференціація територіальних громад за рівнем розвитку, нерівномірність розміщення ресурсів та продуктивних сил, наслідком чого є суттєві відмінності в рівні та якості життя, інвестиційної привабливості вимагають поглибленого розгляду інструментів забезпечення сталого розвитку територій.

Відмінною особливістю, що впливає на сталий розвиток територіальної громади, як соціо-еколого-економічної системи є внутрішні зв'язки між елементами в середині цієї системи та зовнішні зв'язки з іншими системами. Тому територіальна громада є складним об'єктом, який повинен мати здатність до реалізації певних завдань у досягненні сталого розвитку при зміні внутрішніх та зовнішніх умов. При цьому розвиток територіальних громад, визначається дієвими трансформаціями, спрямованими на формування та досягнення оптимальних структурних пропорцій розміщення продуктивних сил, суспільства та екосистем. Тому формування моделі сталого розвитку територіальних громад зумовлює необхідність розробки механізму територіального стратегічного планування, що дає змогу планувати розвиток громад як відкритих соціо-еколого-економічних систем враховуючи швидку адаптацію до змін параметрів зовнішнього середовища.

Система стратегічного планування розвитку територіальних громад має обов'язково передбачати можливості для забезпечення досягнення заданих цілей розвитку, здійснюючи при цьому контроль та моніторинг певної множини параметрів, що характеризують використання матеріальних, трудових, капітальних, фінансових та інших ресурсів. Світовий досвід розробки індикаторів та параметрів сталого розвитку дає змогу виділити два основні підходи до їх формування: визначення системи індикаторів, у якій акцент зроблено на окремі аспекти сталого розвитку (економічні, соціальні, екологічні); визначення інтегрального агрегованого індикатора, що характеризує взаємозв'язок трьох складових (економічної, соціальної та екологічної) сталого розвитку [1, с. 27].

Однак, сталість варто розглядати системно, у взаємозв'язку з економічною, соціальною та екологічною складовою розвитку території. При цьому важливим є забезпечення збалансованості цих складових, що передбачає трансформацію властивостей та функцій територіальних громад з метою досягнення позитивної динаміки основних індикаторів сталого розвитку. Система індикаторів сталого розвитку територіальних громад формує індикатор інтегральної сталості, що

характеризує узагальнену оцінку рівня сталості всіх складових. Сталий розвиток супроводжується якісними змінами в процесах функціонування територіальних громад при незмінних властивостях таких громад, натомість порушення сталості навпаки, характеризується змінами, у яких її властивості погіршуються.

Загалом, важливою складовою успішної реалізації прийнятих, на рівні окремих територіальних громад, стратегічних планів сталого розвитку є інноваційні методи прогнозування. Розвиток територіальних громад як соціо-еколого-економічної системи має певний рівень циклічності, тому в процесі прогнозування у цій сфері варто враховувати взаємодію всіх чинників впливу та невизначеностей. Математична інтерпретація впливу цих чинників можлива лише для кількісних індикаторів, що відображають ці чинники. Щодо чинників, які не можливо охарактеризувати кількісними індикаторами, можливо обмежитися лише пропозицією щодо спрямування тенденції їх розвитку[2, с. 56].

Отже, при формуванні параметрів сталого розвитку територіальних громад необхідно приділяти особливу увагу ідентифікації чинників та можливості оцінки рівня їх впливу на результати розвитку. Серед першочергових чинників, які в подальшому визначають індикатори сталого розвитку варто віднести: фінансове забезпечення, природно-ресурсний потенціал, інституціональне середовище, стан довкілля, соціальна інфраструктура тощо.

Комплексний аналіз чинників сталого розвитку територіальної громади поряд із кількісною інтерпретацією його стратегічних параметрів може бути базисом для розробки загальної стратегії територіального розвитку. При цьому головним завданням такого аналізу є вдосконалення функціонування територіальних систем, яке може бути досягнуто за допомогою інноваційного методичного інструментарію. Загалом, до основних цілей прогнозних стратегічних оцінок рівня сталого розвитку територіальних громад можна віднести планування, моніторинг та контроль параметрів такого розвитку на різних рівнях управління. Застосування запропонованої парадигми, використовуючи певну методику та інструментарій, дасть можливість органам місцевого самоврядування при здійсненні стратегічного управління прогнозувати оптимальні параметри сталого розвитку громад. Адже це дає змогу отримати об'єктивне уявлення, як про загальні тенденції перспективного сталого розвитку, так і окремих його аспектів (соціальної, економічної та екологічної складової) за низкою індикаторів.

Список використаних джерел

1. Yousef A.Y. Thaher, Ayham A.M. Jaaron, The impactor sustainability strategic plannin gandmanagementon the organizational sustainable performance: A developing-country perspective. *Journal of Environmental Management*. 2022. Vol. 305. P. 25–31.
2. Бурик З.М. Стратегічне планування розвитку територій, як інструмент управління. *Публічне урядування*. 2020. № 5 (25). 53–62.

КОНЦЕПТУАЛЬНА ПАРАДИГМА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ ОЛЕКСІЙ ШКУРАТОВ

Національний авіаційний університет, Україна

На сьогодні Україною обрана модель розвитку, що базується на постулатах сталого розвитку за якою всі вектори соціально-економічного розвитку націлені на гармонійне поєднання зростаючої економіки з мінімальним впливом на навколишнє середовище. Але достатньо велика кількість як соціально-економічних, так і екологічних питань залишаються ще й досі невирішеними. Тому існує потреба в комплексному підході до розв'язання проблем розвитку територій, в основу якого закладаються принципи сталого розвитку.

Загострення екологічної ситуації в реальному секторі економіки України, зростання антропогенних навантажень на навколишнє природне середовище, нерациональне природокористування потребують формування концепцій сталого економічного розвитку територій. Так, до середини ХІХ ст. екодеструктивний вплив людини на біосферу не перевищував допустимих рівнів її відновлення, структурні співвідношення в біоті зберігалися у межах, визначених законами стійкості біосфери, а втрата біорізноманіття була незначною. У науковій праці «Підручник політичної економії» (1906) В. Парето, який є представником неокласичної економічної школи, запропонував концепцію суспільного оптимуму, що широко застосовувалась для вирішення еколого-економічних питань [1, с. 400]. Суть цієї концепції полягає у неможливості покращити добробут однієї людини, не зачепивши інтереси іншої. Проте, на наш погляд, економічна теорія оптимуму забруднення довкілля не може гарантувати екологічну безпеку територій не тільки з погляду допустимості компромісу у визначенні антропогенного навантаження, але й з огляду на недостатній рівень вивчення питань впливу господарської діяльності на можливу деградацію екосистем.

Для досягнення мети щодо скорочення перевиробництва благ з негативними зовнішніми ефектами, а також подолання можливого недовиробництва благ з позитивними зовнішніми ефектами необхідно наблизити граничні приватні витрати (вигоди) до граничних соціальних витрат (вигод). Оскільки завдяки існуванню зовнішніх ефектів оптимум автоматично не досягається, Пігу пропонує механізм «інтерналізації» екстерналій через впровадження коригуючих податків і субсидій. Суть дії цього механізму зводиться до введення податкових платежів у розмірі величини негативних екстерналій для тих економічних агентів, чії витрати є нижчими від громадських, та системи субсидії в розмірі позитивних екстерналій для тих агентів, чії приватні витрати є більшими від суспільних. У обох випадках виробник економічних благ буде зобов'язаний враховувати позитивні або негативні зовнішні ефекти, а обсяг виробництва суспільних благ наблизиться до оптимального [2, с. 49]. В аспекті забезпечення екологічної безпеки важливим, насамперед, є інтерналізація негативних екологічних

екстерналій (рис. 1). Такий механізм став основою для створення і впровадження еколого-економічних інструментів майже в усіх куточках світу.

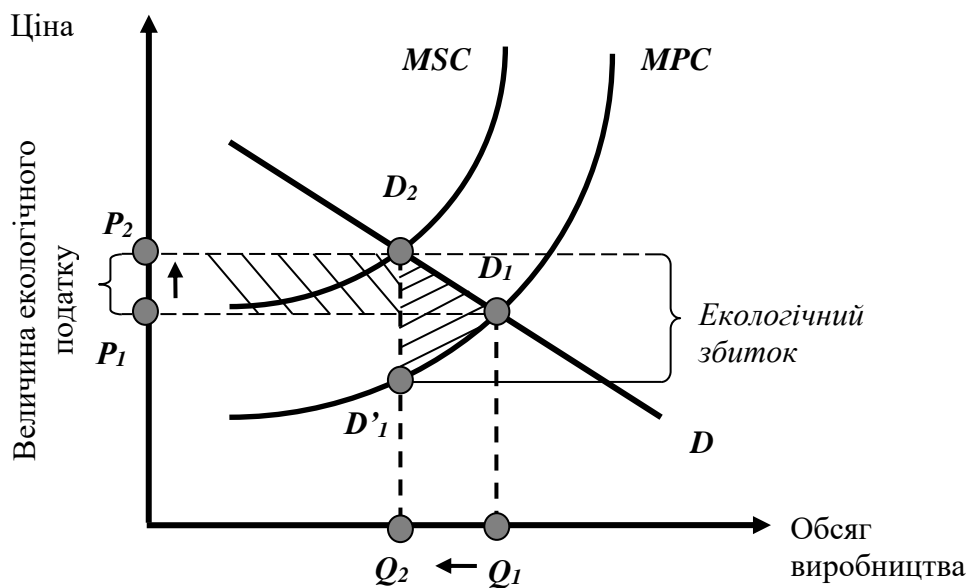


Рисунок 1 Графічне зображення механізму «інтерналізації» екологічних екстерналій через податок Пігу

де MSC – граничні суспільні витрати виробництва;

MPC – граничні приватні витрати виробництва;

Q – обсяг виробництва;

P – ціна;

D – попит.

Сучасні екологічні концепції економічного зростання в науковому обізі спостерігаються з 60–70-х років, і стали предметом обговорення на різних заходах міжнародного рівня. Особливе значення для екологізації світової свідомості, починаючи з 1968 р., мали доповіді «Римського клубу» під загальною назвою «Труднощі людства». Однією з перших робіт цього клубу була модель світового розвитку «Світ II» Д. Форрестера (1971) [3], яка формалізувала причинно-наслідкові взаємозв'язки між динамікою чисельності населення, інвестиціями та ресурсами планети, а також забрудненням екосистем. Отже, на зміну теоріям економічного зростання прийшла принципово нова теорія сталого розвитку, що передбачає взаємозалежність екологічної безпеки та економічного зростання. Сам термін «сталий розвиток» («sustainable development») вперше трактується як «розвиток, який забезпечує задоволення потреб нинішнього покоління без завдання шкоди можливості майбутнього покоління задовольнити свої власні потреби» у «Всесвітній стратегії охорони природи».

Наразі однією з негативних тенденцій, у вітчизняному виробництві є відсутність обліку природно-ресурсних і екологічних наслідків у процесі визначення основних показників економічного розвитку. Поряд із тим сучасний рівень економічного розвитку, а також високий рівень споживання спонукають до належного аналізу і врахування вказаних наслідків. Слід наголосити, що на сьогодні деякі міжнародні організації (ООН, МБРР) використовують методики,

які передбачають занесення чинників екологічної безпеки виробництва до показників національного багатства. Необхідно також наголосити на неоднозначній ролі виробництва в системі і структурі екологізації територій. Опинившись в процесі функціонування під дією природних чинників і соціального середовища, виробництво перебуває в залежному від них становищі, адже є підлеглою ланкою. Це обумовлено об'єктивними природними процесами, в яких протікає виробництво. Проте як багатоступінчаста самостійна і, своєю чергою, цілісна система, вона одночасно виконує провідну функцію щодо елементів своєї внутрішньої структури. Виробництво може послаблювати свою дію на навколишнє природне середовище шляхом впровадження екологічних технологій і у такий спосіб зменшувати техногенне навантаження на нього [4, с. 22].

Отже, сталий розвиток територій є системою взаємозв'язаних природно-господарських і соціально-економічних процесів, що забезпечують взаємодію організаційно-економічних, управлінських і технологічних заходів, спрямованих на підвищення ефективності і збалансованості виробництва, а також розширене відтворення природно-ресурсного капіталу території і високу якість продукції. Пропоноване визначення витікає з аналізу екологізації як цілісної системи, що функціонує під впливом комплексу об'єктивних чинників природного характеру, цілеспрямованої виробничої діяльності людини і вимог соціального середовища. Сталість еколого-економічної системи під час екологізації виробництва підвищується завдяки внутрішнім ресурсам природно-господарської системи, що забезпечується зниженням витрат на виробництво і вжиття природоохоронних заходів, покращенням якості продукції і довкілля. Екологічні імперативи в процесі здійснення господарської діяльності забезпечують становлення екологічної рівноваги, що забезпечує зменшення негативного впливу на навколишнє природне середовище та сприяє підвищенню ефективності процесу виробництва.

Отже, значна кількість загроз для суспільства та екосистем, які провокуються інтенсивним виробництвом, засвідчують, що розв'язання проблем забезпечення екологічної безпеки територій є надзвичайно актуальним. Реформування економічних відносин в адміністративно-територіальній сфері не створили системи економічного розвитку з урахуванням екологічних детермінант. Таким чином, процес переходу до сталого розвитку сконцентрований на забезпеченні соціально-економічно обґрунтованого та екологічно безпечного відтворення території в умовах певного впливу факторів внутрішнього і зовнішнього середовища.

Список використаних джерел

1. Allais M.V. Pareto. Contributions to Economics, International Encyclopedia of the Social Sciences (D.L. Sills ed.), Bd. 11, New York, 1968. S. 399–411.
2. Pigou, Arthur C. The Economics of Welfare. London: Macmillan and Co. 1932. 354 p.
3. Forrester Jay W. World Dynamics. Portland, OR: Productivity Press, 1971. 144 p.
4. The Future we want. World Commission on Environment and Development. New York, 2012. 58 p.

СЕКЦІЯ 13. СТАЛИЙ РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

УДК 640-43

СУЧАСНИЙ СТАН ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УМОВАХ ВІЙНИ

РАЇСА ЗАГНИБІДА, ЛІЛЯ ЛОЯК

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

Питання сучасного стану діяльності підприємств ресторанного господарства внаслідок впливу війни на ресторанний бізнес, щодо питань діяльності підприємств ресторанного господарства. Адже ресторанне господарство завжди вважається ефективним елементом індустрії туризму і гостинності, в багатьох країнах світу, який демонструє стабільну динаміку розвитку. Підприємства ресторанного господарства Івано-Франківщини функціонує, на відмінну закладів, які знаходяться в окупації, оскільки більшість із них закрилася, а якась частина ще намагаються працювати. У таких великих містах як Харків, Чернігів, Дніпро та багато інших, які сильно постраждали, які раніше вважалися ресторанными містами, зараз практично зупинився весь ресторанний бізнес.

Якщо взяти столицю України, місто Київ, то з початку повномасштабної війни майже третина рестораних закладів закрита. Найбільш актуальними стали кав'ярні, невеликі пекарні і, як не дивно, відносно стійкі ресторани люкс-сегменту. Це можемо пояснити тим, що їм для самоокупності від самого початку потрібен менший потік відвідувачів.

Однак уже до травня, за попередніми оцінками, у країні відкрилося більше половини від довоєнної кількості ресторанів та кафе. Особливих тенденцій до закриття рестораних закладів на території Західних областей України не сталося, навпаки спостерігається позитивна динаміка. Таку тенденцію можна пояснити тим, що деякі заклади переїхали зі Сходу країни разом зі своїм персоналом, інші - відкривалися, щоб якось вижити під час війни і не збанкрутувати. Отже значну лепту у ресторанний бізнес під час війни внесли переселенці, які щоб вижити і надати роботу іншим відкривали різні міні кафе, бістро і ресторани. Прикладом таких є переселенці з Ірпеня та Бородянки, що відкрили у Львові «віконце» з кавою та пирогами. Завдяки соцмережам точка, в якій готують каву, галети та пироги, миттєво стала популярною і отримала назву «Кіт»[3, с. 40].

В Івано-Франківську переселенці з Херсонщини відкрили крамницю із замороженими домашніми стравами, які виготовляють власноруч. Родинаевакуйовувалася з Голої Пристані в нове місто й не побоялася почати бізнес з «нуля»[2].

Ще варто звернути нашу увагу на підтримку ресторанного бізнесу виступають різні гранти. Так переселенець із Херсону Олександр Снурніцин подав заявку на програму Є-робота з надання мікрогрантів і виграв грант на створення власної

справи, адже завжди мріяв мати власну кав'ярню. Так відкрив власне кафе в Івано-Франківську, яке налічує біля двадцяти посадкових місць та невеличкий літній майданчик. У планах – кондитерський цех [4].

Найбільш інтенсивно під час війни розвиваються підприємства ресторанного господарства у Львові, понад 500 нових закладів в області з початку війни. З усіх міст на Західній Україні, Львів виявився найкосмополітичнішим і найбільш заповненим. Отож у Львові та області кількість ресторанів та кафе зросла приблизно на 30%. у Закарпатській, Чернівецькій, Івано-Франківській областях відмічено зростання приблизно на 20% [3, с.39].

Також під час війни багато закладів ресторанного господарства перетворили свої заклади на центр волонтерської допомоги. Отож особливої уваги заслуговують заклади ресторанного господарства та мережі ресторанів, які вирішили стати волонтерами: вони готують для бійців Збройних сил України, територіальної оборони, переселенців та всіх, хто цього потребує. Зокрема у Львові, відомий шеф-кухар Євген Клопотенко у перший місяць війни відкрив ресторан «Інші». Згодом було відкрито в Івано-Франківську фаст-фуд світової вуличної їжі. У меню ресторану «Інші» запропоновано меню до якого входить основна страва, салат та горнятко кави. Це меню безкоштовне, його можуть попросити ті, хто не має змоги заплатити.

Звертаючи увагу на дослідження Програми USAID з аграрного і сільського розвитку – АГРО та ГО «Національна асоціація громадського харчування», яке охопило 30 експертів-практиків зі сфери HoReCa, ритейлу та суміжних галузей, які поділились своїм досвідом розв'язання нагальних проблем харчування в умовах війни та збільшення потужностей виробництв за пів року з моменту початку війни.

Експерти визначили тенденції ринку HoReCa, які актуалізувалися після початку воєнних дій:

- збереження попиту на домашню їжу, фастфуд напівфабрикати та швидкий відпочинок у закладах ресторанного господарства;
- вплив правил воєнного часу: комендантської години та необхідності дотримання норм повітряної тривоги;
- необхідність налагодження швидкої логістики доставки їжі;
- вплив місця розташування ресторанного закладу: його наближення до зони бойових дій, розташування внутрішньо переміщених осіб тощо [1].

У військовий час, за даними системи обліку для ресторанів Poster, найбільшим форматом стали пекарні, кав'ярні та кіоски зі швидким харчуванням. Адже такі формати не вимагають великих інвестицій при запуску, а споживач може собі дозволити купити каву, шаурму чи свіжу булочку [5].

Однак робота ресторанного бізнесу під час війни є особливо важливим джерелом наповнення держбюджету та створення робочих місць. Після вивчення УНІАН проблем як вітчизняні підприємці відновлюють свою роботу та які є

можливості для початку власної справи навіть у такий складний час можемо стверджувати, що тенденція наступна:

- Відновлення роботи
- Допомога підприємцям
- Актуальні бізнес-ідеї
- Підводні камені ризиків[5].

Водночас дослідження підтверджує: показники галузі динамічні. Якщо в зоні бойових дій ситуація залишається незмінною, то на територіях, віддалених від лінії фронту, заклади ресторанного господарства продовжують свою роботу. У подальшому відновленню підприємництва у сфері ресторанного господарства в Україні сприятиме підтримка світової спільноти, інвестиції в Україну після завершення війни, застосування інновацій та налагодження продовольчих ланцюгів.

Список використаних джерел

1. Експерти визначили тенденції ринку HoReCa, які актуалізувалися після початку воєнних дій. URL: <https://business.rayon.in.ua/news/547964-yak-ukrainskiy-restoranniy-biznes-adaptuetsya-do-viklikiv-viyni-doslidzhennya>(дата звернення: 22.04.2023).
2. Кулінарний бізнес. У Франківську переселенці з Херсонщини відкрили крамницю з домашніми стравами. URL: <https://suspilne.media/309294-kulinarnij-biznes-u-frankivsku-pereselenci-z-hersonsini-vidkrili-kramnicu-z-domasnimi-stravami/>(дата звернення: 23.04.2023).

УДК 640.412:658.821

СКЛАДОВІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

ЛАРИСА ЧЕРЧИК, ГАННА КУВІКА

Волинський національний університет імені Лесі Українки, Україна

Сфері гостинності завжди був характерний високий рівень конкурентної боротьби, що обумовлює необхідність підвищення ефективності діяльності підприємств, які входять у цю сферу, виявлення їх конкурентних переваг. Розвиток сфери важливий, оскільки створює передумови для вирішення соціальних проблем (створення робочих місць, зростання матеріального добробуту населення, його всебічного розвитку, здоров'я), а також – розвитку економіки для чого в Україні є необхідні природні та культурно-історичні ресурси. Тому для регіонів, де сфера гостинності має передумови розвитку, необхідно вирішувати проблему забезпечення її конкурентоспроможності.

Питанням забезпечення конкурентоспроможності сфери гостинності загалом, окремих підприємств та напрямів зокрема присвятили праці Гаврилюк С. П. [1], Давидюк Ю. В. та Шокот К. М. [2], Леонт'єва А.Ю. [3], Мазур К. В. [4], Мостенець О. та Черчик Л. [5, 8, 9], Охота В.І. [6], Пуцентейло П. Р. [7].

Значною мірою конкурентоспроможність визначається здатністю підприємства виживати в умовах постійної конкуренції завдяки більш продуктивному використанню ресурсів, тому значна частина визначень конкурентного потенціалу спирається такі поняття як конкурентний потенціал та конкурентні переваги.

На основі проведеного аналізування трактування поняття можна стверджувати, що конкурентний потенціал – це система можливостей, компетенцій і ресурсів під впливом яких в динаміці формується сукупність внутрішніх конкурентних переваг, які включають дві складові: адаптивність та інноваційність, і які постійно перебувають під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів та формують рівень конкурентоспроможності організації. Слід зазначити, що важливим завданням забезпечення конкурентоспроможності є виявлення, систематизація та аналіз усіх елементів, які є складовими конкурентного потенціалу: управлінський потенціал, кадровий потенціал, виробничий потенціал, конкурентний потенціал, маркетинговий потенціал, фінансовий потенціал, інформаційно-інноваційний потенціал.

Таким чином, конкурентний потенціал включає сукупність наявних природних, матеріальних, трудових, фінансових і нематеріальних ресурсів та можливості об'єктів та/або суб'єктів господарювання, що дозволяють їм отримувати конкурентні переваги перед іншими учасниками ринку.

Складові конкурентного потенціалу підприємства сфери гостинності не мають розмежування елементів в залежності від їх важливості, але не всі структурні елементи мають однаковий вплив на рівень конкурентного потенціалу. Ця нерівномірність, з одного боку, зумовлена нерівнозначністю наслідків, які виникають у разі наявності або відсутності у підприємства тих чи інших можливостей, а з іншого боку, нерівномірність впливу елементів конкурентного потенціалу зумовлена відмінностями у забезпеченні кожного з них відповідними ресурсами. Конкурентоспроможність підприємства сфери гостинності забезпечується досягненням і розвитком конкурентних переваг, які виникають в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства.

Конкурентні переваги – результати дій щодо завоювання уподобань споживачів, що забезпечують підприємству переважання над конкурентами та які можна виміряти економічними показниками. Конкурентна перевага, якою володіють на конкретних ринках різні суперники (конкуренти), є суттєвим чинником конкурентної ситуації на ринку.

Хочемо зауважити, що конкурентоспроможність підприємства, а таким чином і конкурентні переваги, можуть бути оцінені тільки в межах групи підприємств, що випускають однакову продукцію або надають однакові послуги. Тому конкурентоспроможність – поняття відносне, оскільки одне і те саме підприємство у рамках регіональної групи може бути визнане конкурентоспроможним, а в рамках світового ринку – ні. Найбільш складною є оцінка міри конкурентоспроможності, тобто виявлення характеру конкурентної переваги порівняно з іншими.

Тому більш відповідним вважаємо визначення Черчик Л. та Мостенця О.: «конкурентні переваги – це сукупність певних елементів зовнішнього або

внутрішнього середовища конкретного об'єкта, які дозволяють отримати переваги над об'єктами-конкурентами і забезпечують очікувані, кращі, ніж у конкурентів, результати» [10]. Варто зазначити, що конкурентна перевага не є синонімом потенційних можливостей підприємства сфери гостинності. На відміну від можливостей, це реальний факт, який має місце внаслідок очевидних переваг зі сторони споживачів.

Узагальнивши існуючі напрацювання, пропонуємо власний підхід до класифікації конкурентних переваг.

Для цього виділимо кілька класифікаційних ознак:

- за джерелами конкурентної переваги (сфера виникнення) – економічного, інституційного, структурного, адміністративного, інфраструктурного, технологічного, інформаційного, географічного, демографічного, екологічного характеру;

- за характером динаміки (з позиції можливості управління та змінності) – статичні, умовно-статичні, динамічні;

- за можливістю імітації – унікальні, піддаються імітації (конкурентні переваги «низького рівня», конкурентні переваги «високого рівня», конкурентні переваги «найвищого рівня»);

- за змістом переваги – якість товару (послуги), ціна, витрати споживача, якість сервісу та обслуговування;

- за походженням – біологічні, соціальні, виробничі, технічні, грошові, культурні, духовні, природно-кліматичні, політичні;

- за формою існування – реальні, віртуальні;

- за значимістю – основні, другорядні;

- за тривалістю дії – стратегічні, тактичні;

- за масштабом поширення – глобальні, локальні, індивідуальні;

- за сферою прояву та видом ефекту – економічні, соціальні, екологічні, фінансові, бюджетні, культурні, психоемоційні, фізіологічні.

Представлена нами видова структура конкурентних переваг є своєрідним зразком для різних об'єктів, однак потрібно враховувати специфіку різних підприємств сфери гостинності.

Список використаних джерел

1. Гаврилюк С. П. Оцінка інтенсивності конкуренції туристичних підприємств на ринку турпослуг м. Києва. *Вісник Східноукраїнського державного університету*. 2000. № 4 (26). С. 41–48.

2. Давидюк Ю. В., Шокот К. М. Стратегічні підходи до підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу. *Економіка і суспільство*. № 7. 2016. С. 266-272.

3. Леонт'єва А.Ю. Дослідження можливостей використання існуючих методів оцінки конкурентоспроможності для готельних підприємств. *Науково-технічний збірник*. № 102. 2012. 503 с.

4. Мазур К. В. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємницьких структур. *Актуальні проблеми економічного розвитку України в умовах глобалізації: збірник наукових праць // Міжнародної науково-практичної*

конференції 24 квітня 2009 року. Вінниця: Центр підготовки навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2009. ч.1. С. 434- 436.

5. Мостенець О. В., Черчик Л. М. Теоретичні основи формування конкурентного потенціалу рекреаційної системи регіону. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. Збірник наукових праць. Серія: Технічний прогрес та ефективність виробництва. Харків : НТУ «ХПІ». 2014. № 34 (1077). С. 199-206.

6. Охота В.І. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії. *Інвестиції: практика та досвід*. № 5. 2017. С. 46-49.

7. Пуцентейло П. Р. Конкурентоспроможність підприємства: методологія аналізу дефініції. *Інноваційна економіка*. № 4. 2015. С. 80-86.

8. Черчик Л. М., Мостенець О. В. Сутність та складові механізму забезпечення конкурентоспроможності рекреаційної системи регіону. *Регіональна економіка*. 2014. № 4. С.147-154.

9. Черчик Л., Мостенець О. Механізм забезпечення конкурентоспроможності рекреаційної системи регіону : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2016. 214 с.

УДК 528.94

ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ГІРСЬКИХ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТАХ

ЛЮДМИЛА АРХИПОВА, ЮРІЙ ФЕДОРЯК

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
Україна*

На сучасному етапі розвитку основним чинником і елементом конкурентоспроможності підприємства стали інноваційні технології. Активне впровадження в соціально-економічну систему інноваційних продуктів і технологій стало ключовим фактором економічного розвитку та підвищення якості життя населення за сучасних умов. Передові досягнення науки й техніки дозволяють широко імплементувати інноваційні технології і продукти у практику туристичної діяльності, допомагають посилити безпечність спортивних туристичних походів різних категорій складності й підвищити ефективність організаційної роботи по плануванню гірських туристичних маршрутів.

Інтерактивний маршрут спрямований на створення зручностей для туристів з метою швидкого отримання найрізноманітнішої інформації про туристичні об'єкти (місцевості) на різних мовах. Крім текстової інформації зі свого смартфона або планшета користувач отримує можливість переглянути фотоматеріали про кожну дестинацію, яка увійшла до маршруту. Це дає змогу індивідуальному туристу без додаткових зусиль зорієнтуватись у місцевості, отримати базову інформацію про найрізноманітніші туристичні об'єкти, послуги. З появою інноваційних продуктів, таких як смартфони, "розумні годинники" (smart watches), GPS-навігатори та пульсоміри, з'явилася можливість вирішити багато з головних проблем на туристичних маршрутах. Завдяки інноваційним

продуктам та технологіям можна відслідковувати шлях туриста, його швидкість і навіть заміряти його пульс.

Актуальною на сучасному етапі проблемою, на думку авторів, є застосування інноваційних гео-інформаційних технологій у походах на гірський маршрутах. З цього виходить, що на маршрутах використовують не лише карти місцевості й компас, інновації знаходять своє почесне місце при підготовці та плануванні маршрутів. При цьому побутові й професійні GPS-навігатори стають у нагоді туристам-аматорам при проходженні маршруту - пристрої дозволяють контролювати, чи турист не відхиляється від маршруту й у випадку сходження з маршруту чи дезорієнтації на місцевості допоможуть знайти правильний шлях [1].

На даний час існує багато програмних засобів, які дозволяють аналізувати інформацію, отриману з GPS, серед яких авторами пропонуються для практичного використання "QuickRoute" та "Sport-Tracks". Перелічені програми є безкоштовними та знаходяться у вільному доступі в мережі Інтернет.

Можливості Інтернету дозволяють гідам гірського туризму розробляти та планувати маршрути туристичних походів, на місцевості "не виходячи з офісу", за допомогою персонального комп'ютера з доступом до глобальної мережі.

Варто відзначити, що маршрути туристичних походів відрізняються за складністю. Менш складні маршрути, потребують незначної спеціальної підготовки та мінімум спеціального спорядження (намети, рюкзаки, посуд та інше), розраховані на фізично здорових людей, які прагнуть активного відпочинку. Більш складні маршрути, додання яких потребує тренувань, набуття певного досвіду, опанування методики і тактики сходження, тобто відповідної фізичної й технічної підготовки та спеціального спорядження. При визначенні категорії складності враховуються тривалість маршруту, наявність і складність природних перешкод, кліматичні умови, характер території (заселеність, віддаленість від основних транспортних комунікацій, кількість ночівель у польових умовах).

Інтернет відкриває широкий простір для отримання різнопланової інформації практично про будь-який куточок нашої планети, можливості отримання консультацій інших професіоналів та практиків у режимі "онлайн" завдяки соціальним мережам та спеціалізованим форумам. Для пошуку готового маршруту для туристичного походу можна скористатися, наприклад, веб-сайтом GPSies (www.gpsies.com) [2]. На цьому веб-сайті представлено апробовані туристами-аматорами маршрути, які можна завантажити у різних форматах, підтримуваних спеціалізованим програмним забезпеченням і туристичними навігаторами.

Інноваційна діяльність на сьогодні є тим визначальним фактором, від якого залежить розвиток різних систем і сфер діяльності в тому числі і туризму. Впровадження досягнень науки і техніки у сферу туризму, застосування новітніх технологій операційної діяльності, менеджменту, маркетингу, навчання персоналу - це адекватна вимога сучасності, запорука ефективного функціонування та розвитку будь-якої системи. Інноваційні технології та продукти, а саме: геоінформаційні системи, інформаційні та інтернет-технології і пов'язані з ними технічні засоби сприяють не лише значному підвищенню ефективності

функціонування системи спортивного туризму, але й допомагають туристам-аматорам у плануванні й організації самодіяльних тур-походів, а також студентам, котрі здобувають профільну туристичну освіту. Перспективним для подальших досліджень є пошук можливостей імплементації сучасних інноваційних технологій та продуктів у різні види туризму, а також обґрунтування необхідності виділення нових видів туризму на основі інновацій.

Список використаних джерел

1. Геоінформаційна система.
URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Геоінформаційна_система.
2. Туристичний маршрут “Гора Говерла” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.alltrails.com/trail/ukraine/ivano-frankivsk/mount-goverla>

УДК 528.94

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ЄДИНОГО СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

ВАСИЛЬ ШИКЕРИНЕЦЬ, СТАНІСЛАВ ДРИЧАК, ОЛЬГА ШИКЕРИНЕЦЬ

*Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
Україна*

Початок ХХІ ст. ознаменувався виникненням різноманітних соціокультурних та туристичних практик, що, в умовах розвитку інформаційного прогресу, виникненням віртуальної реальності, поширенням цифрових технологій та розгортанням глобалізаційних процесів в цілому. За цей час сфера туризму постала як одна із найважливіших соціокультурних феноменів сьогодення, якій властиві експансія споживчих пріоритетів, візуалізація, та мобільність, а розрізнені аспекти туристичної діяльності трансформувалися не лише у високоефективний сектор економіки, а й у сферу соціально значущих послуг, засіб збереження унікальних територій і культур, інструмент самореалізації і пізнання, механізм міжкультурних комунікацій.

Масштабні зміни, що зумовлені розвитком цифрової інфраструктури, переходом на мережеві принципи соціокультурної взаємодії, впливає на темпи трансформацій колективних (індивідуальних) культурних практик, персоналізацію моделей туристичної поведінки завдяки використанню сучасних інтернет-технологій в туристичній діяльності, змінює ієрархії цінностей сучасного нових форм подорожування, виступає чинником становлення гібридних форм культури електронного типу [1].

В рамках проектування соціокультурного простору, що пов'язане із процесами переходу сучасної цивілізації в інформаційне суспільство, відбувається посилення формсамоідентифікації та самовираження через популяризацію національних матеріальних і нематеріальних цінностей та об'єктів вітчизняного туризму (культурної спрямованості), об'єднання та інтеграція інструментів в пізнаваності (конкурентоздатності) національного продукту на світовому ринку

туристичних послуг, що знаходить віддзеркалення у розвитку культурно-подієвого туризму, підтримці унікальності та ідентичності місцевого соціокультурного середовища, особливій увазі до виявленні специфіки культурних туристичних практик, творчих та самобутніх видів туристичної активності на місцевому рівні.

В модерних соціокультурних практиках, туризм своїми культурними засобами та суспільними орієнтаціями, є одним із основних чинників узгодження суспільних та індивідуальних інтересів, запровадження коеволюційного типу взаємин суспільства та природи, впровадження антикризової стратегії сталого розвитку, мінімізації суспільного зла, забезпечення миру на Землі [2].

І саме тому на сьогоднішній день потреба в туризмі стає базовою потребою більшості людей і однією з чільних особливостей світосприйняття особистості.

Використання соціокультурних можливостей бізнесу у туристичній сфері (рекреація, зміна ролей, підтвердження статусу, карнавалізація і т. п.) різними групами населення в цілому у першу чергу визначається культурними та соціально-демографічними чинниками [3].

Споживач хоче одержати максимум соціального потенціалу від короткого проміжку часу, тому він повинен бути досить яскравим в буквальному і переносному сенсі.

Посилюючи роль культурно-дозвілевої та туристично-споживчої діяльності людей призводить до ґрунтовних змін у тенденціях розвитку сучасного туризму як культурно-комунікативного і соціально-економічного інституту, що стає фактором мультикультурної грамотності [4].

Акцентуючи увагу на масштабність діджиталізації, зазначимо, що відбувається значна заміна ієрархічних відносин мережевими структурами (трансформація комунікацій), тобто людської свідомості та тілесності (віртуалізація життєвого світу, вживлення чіпів, створення «доповненої дійсності»), віртуалізація комунікацій і всіх форм соціокультурних відносин, включаючи сферу туризму.

У сучасному соціокультурному середовищі змінюється як швидкість поширення культурних артефактів, так і механіка їх відтворення, що дозволяє широкому колу споживачів створювати свої соціокультурні проекти. Технології допомагають інституціям культурного профілю видозмінювати свою роботу, не просто подавати контент, але створюючи його разом із споживачами і всією цифровою спільнотою, що в свою чергу сприяє генеруванню якісно нових культурних продуктів (послуг) та інноваційні соціокультурні практики.

Зазначимо, що активність споживачів сучасних інформаційних технологій в сфері туризму обумовлена рядом критерій туристичних послуг (продукту) та інформації про них, а саме, інформація про туристичні послуги повинна бути загально доступною усім учасникам туристичного ланцюга в будь-якій точці світу; туристичні послуги складаються з великої кількості елементів (бронювання, транспортне обслуговування, послуги із розміщення, дозвілля тощо), які також потребують швидкого інформування для координування їх комплексного постачання споживачам туристичного продукту.

Отже для інформації про туристичні послуги важливим є фактор часу,

оскільки має місце об'єктивна потреба у її оперативній передачі потенційним споживачам[5].

Дані характеристики туристичних послуг генерують туризм як сферу, яка значно більше за інші сфери вимагають активного застосування інформаційних технологій.

Ефективне використання туристичних ресурсів у стратегіях розвитку громад області не можливе без переходу до інноваційних моделей державної культурної політики, сталого розвитку економіки, соціокультурної сфери і науково-технологічних змін, які супроводжують процес наступу цифрового суспільства.

Державна культурна політика має сприяти ефективному використанні ресурсів, потенціалу, можливостей та переваг для розвитку та підвищення якості життя людини в кожній територіальній громаді.

Список використаних джерел

1. Дичковський С.І. Глобальні трансформації туристичних практик і суспільства (digital society) технологій в контексті становлення цифрового : дис. д. культур. : 26.00.01 / НАКККІМ. Київ, 2021. 575 с.

2.Соляник С. Ф. Туризм як соціоетичний чинник суспільного життя : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 09.00.03 / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. Київ, 2010. 20 с.

3. Антоненко В. Г. Місце міжнародного туризму у взаємодії і взаємозбагаченні культур // Туризм у ХХІ столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості: матеріали ІІ Міжнародної наук.-практ. конф., (10-11 жовтня 2001 р.). Київ, 2002. С. 37-41.

4. Мініч І. М. Соціальні чинники і функції інфраструктури туризму: соціологічний аналіз: автореф. дис. ... канд. соц. наук : 22.00.04. Київ, 2002. 24 с.

5. Гладкий О. Особливості впровадження інформаційних технологій у сферу туристичного бізнесу // Актуальні питання туризмології та туристичної практики : зб. матеріалів наук.-практ. конф., присвяченої 25-річчю Інституту туризму Федерації професійних спілок України, (м. Київ, 18 квітня 2019 р.) [за ред.: Т. Сокол, Т. Семигіної]. Київ : АПСВТ, 2019. С. 23-25.

УДК 332.1:330.4

МУЛЬТИПЛІКАТИВНИЙ ВПЛИВ ТУРИЗМУ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ В СУСПІЛЬСТВІ

ГАЛИНА ГУМЕНЮК, ЛЮБОВ ЧОРНА

Прикарпатський національний університет імені В. Стефаника, України

Тенденції розвитку, що простежуються в Україні, так і в міжнародному туризмі є предметом багатьох дискусій та суперечок. Це відбувається в бізнесі та науковій спільноті. Основною проблемою є висвітлення напрямків цього розвитку та майбутніх наслідків для суспільства чи всієї економіки.

Всесвітня туристична організація бере активну участь у публічних дебатах на цю тему, часто підкреслюючи важливість туризму. Він популяризує віру в те,

що тенденції зростання туризму неминуче збережуться і стануть вирішенням проблем сучасних людей. Цим явищем можна буде завдячувати, зокрема, скороченню безробіття, компенсації дефіциту платіжного балансу, збільшенню ВВП на душу населення і навіть послабленню політичних конфліктів.

Оцінка економічного впливу туризму заснована на витратах туристів. В цьому місці дуже важливо вивчати різні аспекти економіки, які відчують на собі вплив видатків туристів. Розрахунок економічного впливу видатків туристів здійснюється за допомогою мультиплікатора. Тому, що місцеві підприємства залежать від інших підприємств-постачальників, абиякі зрушення витрат туристів в туристичному регіоні приведуть до змін на виробничому розвитку економіки, доходу, зайнятості, обмінного курсу. Мультиплікаційний ефект у туризмі викликаний попитом іноземних туристів. Їх витрати на туризм зростають у формі споживання в економіці відвіданої країни. Вони створюють додаткові гроші, які будуть використані для виробництва більшої кількості товарів та послуг. Мультиплікатор туризму - це взаємозалежність змін одного з вирішальних економічних показників, виробництва (зайнятості, доходу) до зміни видатків туристів. Присутній відповідний коефіцієнт, на який мають множитись витрати туристів. Для оцінки загальної зміни виробництва ним є мультиплікатор виробництва. Для оцінки змін загального доходу використовується інший коефіцієнт, на який також мають розповсюджуватися видатки туристів.

На думку Підвальної О, Богуславської С., «мультиплікативні ефекти відіграють помітну роль у розвитку економіки будь-якої сучасної країни. Ця функція може бути як позитивною, так і негативною. Вплив мультиплікатора незалежних витрат може привести до помітного економічному зростання регіону. Успішний розвиток туризму пов'язаний з його важливістю для регіону чи окремої громади, який визначається як прямим, так і непрямим впливом на економіку»[3].

Специфіка туризму як виду економічної діяльності полягає не тільки в задоволенні попиту споживачів у відпочинку, культурному пізнанні й оздоровленні, але й у здійсненні значного впливу на інші галузі економіки через різноманітні зв'язки, спричиняючи появу мультиплікативного ефекту [1].

Туристи є споживачами багатьох туристичних послуг, а отже, і попитом у туристів. Необхідною умовою розвитку туристичної економіки в просторовій системі є наявність сили, яка приваблює туристів. Звідси випливає, що туризм належить до сфери обміну та поділу. Це впливає на розмір та структуру попиту. Попит, навпаки, впливає на людську діяльність та ефективність надання послуг, збільшення кількості робочих місць та розвиток оздоровчого та рекреаційного туризму.

Варто сказати, що туризм виступає інструментом формування місцевої політики. Сьогодні розвиток туризму дуже важливий для районів та громад. Багато громад готують свою стратегію розвитку і сприймають туризм як важливий фактор розвитку. Значна кількість громад намагається виділити свої цінності, пов'язані з визначними пам'ятками, агротуризмом, використовуючи пропозицію туризму вихідного дня, також відомого як короткостроковий туризм. Громади, менш привабливі з точки зору туристичної цінності, також розраховують на значне збільшення доходів бюджету від туристичної діяльності.

При аналізі сучасних тенденцій в економіці слід звернути увагу на сталий туризм. Тут варто підкреслити важливість сталого туризму в соціально-економічному розвитку. Сталий туризм – «це такий вид туризму, при якому забезпечується оптимальне використання ресурсів навколишнього середовища, підтримуються соціально-культурні особливості туристичних дестинацій та спільнот, які там проживають, забезпечується життєздатність довгострокових економічних процесів з огляду на їхню вигоду для всіх зацікавлених кіл»[2]

Основна умова появи такого туризму - це бажання протистояти негативному впливу жорсткого та масового туризму на наше середовище, місцеву чи регіональну спільноту. Основою цієї ідеї є поєднання альтернативного туризму з екотуризмом.

Щодо важливості сталого розвитку туризму, Всесвітня туристична організація сформулювала цілі такої діяльності.

Найважливіші з них включають:

- збереження природних ресурсів та захист корінної культури місцевої громади під час розвитку туризму,
- створення нових джерел доходу для суспільства,
- скорочення відходів, заохочення економії електроенергії та води тощо.

Значною мірою, якщо не найбільшою, це сприяє розвитку туризму з повагою до навколишнього середовища та суспільства в цілому, щоб ми могли жити краще. Туризм повинен ґрунтуватися на повазі до принципів охорони навколишнього середовища.

Економічні переваги розвитку туризму також значною мірою залежать від державної політики. Туристична політика реалізується на всіх рівнях управління. Що стосується туристичного сектора, то це переважно комплекс завдань всебічного характеру, що надходять із різних джерел політики держави (таких як регіональні, екологічні, транспортні). Саме вона приймає рішення щодо місцевого законодавства на певній території.

Найбільш очікуваний ефект розвитку туризму - це дохід. Турист, задовольняючи свої потреби у сфері зв'язку, розміщення, громадського харчування та комерційних послуг, витрачає гроші та стає учасником туристичного ринку. Гроші, які є туристичними витратами, є важливим джерелом бюджетних доходів та доходів сімей у туристичних місцях. Люди та суб'єкти підприємницької діяльності, що продають послуги та товари туристам, отримують дохід, оскільки володіють приміщеннями для проживання та харчування, транспортними засобами, спортивними, рекреаційними, розважальними та комерційними об'єктами. Інші особи або економічні групи у сфері супровідних послуг, наприклад перукарні, косметика, також беруть участь у отриманні доходу. Розмір доходу багато в чому залежить від динамічного руху туризму та економічної пропозиції туристичних товарів. Виконуючи ці умови, ми можемо розраховувати на збільшення доходів бюджету через збільшення обороту туристичної економіки. Населення сплачує збільшені податки до бюджету за обслуговування туристичних перевезень, оскільки це приносить збільшений дохід. Мешканці туристичних місць також отримують дохід, наприклад, надаючи

житло туристам, продаючи страви або продукти харчування. Дохід також отримують люди, зайняті в сезоні туризмом.

Отже, величина мультиплікаційних ефектів, пов'язаних з розвитком туризму та залежить від:

- способу її організації,
- відносин власності в туристичному секторі,
- рівня економічного соціального розвитку в туристичній зоні призначення.

Як зазначає Підвальна О. та Богуславської С. «використання туристичного мультиплікатора для оцінки впливу соціальних процесів на індустрію туризму дає можливість визначити рівноважну залежність між функціями споживання і доходу, тобто процес генерації доходів в різних галузях економіки, за рахунок додаткових витрат туристів і екскурсантів»[3]

Таким чином, для окремої країни туристичний мультиплікатор – це коефіцієнт підвищення доходів в економічній та соціальній галузі країни залежно від витрат туристів.

Список використаних джерел

1. Колосінська М. І., Бойда С. В. Мультиплікативний ефект туристичної сфери. *Ефективна економіка*. 2021. № 1. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8504> (дата звернення: 22.04.2023).

2. Миронов Ю.Б. Сталий розвиток туризму: сутність, завдання та принципи. *Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції*. Львів. ЛТЕУ, 2017. С.218-219. (дата звернення: 22.04.2023).

3. Підвальна О.Г., Богуславська С.І. Оцінка економічного впливу індустрії туризму регіону: мультиплікативний ефект. *Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка*. 2021 №3. С.85-89. (дата звернення: 22.04.2023).

УДК 338.48

КОНЦЕПЦІЯ КРЕАТИВНОГО ТУРИЗМУ: ГЕНЕЗА ТА ОСНОВНІ КОМПОНЕНТИ

АНДРІЙ ЗАРІЧНЯК, ОЛЬГА ЛОЗИНСЬКА

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

Зв'язок між культурою та туризмом завжди розглядався як синергія – культура сприяє розвитку атракцій, які приваблюють туристів, а туризм, в свою чергу, забезпечує фінансові ресурси, необхідні для підтримки культури. З'явилася нова логіка розширення культури та пам'яток, яка значною мірою керувалася економічними аргументами.

Криза культурного туризму на рубежі ХХ–ХХІ століть збіглася зі зростанням конкурентної боротьби між регіонами та державами за ресурси та споживачів в економіці, що глобалізується. Це створило передумови для пошуку альтернатив існуючим моделям використання матеріальної спадщини [2].

Зародження концепції креативного туризму можна пов'язувати із дослідженнями американського футуролога Елвіна Тоффлера, котрий у 1980-х

роках запропонував та обґрунтував поняття «prosumer». Термін став результатом злиття слів «producer»(виробник) і «consumer»(споживач) і був використаний для позначення типу споживача, який бере участь у розробці продукту та в самому виробництві. Для Елвіна Тоффлера концепція просьюмера визначала тип споживача майбутнього, який бере участь у проектуванні та виробництві продуктів, щоб зробити їх більш персоналізованими та індивідуальними. Просьюмери більш поінформовані, освічені та мають рівень попиту вище середнього [3]. У цьому сенсі креативного туриста можна розглядати як прототип такого споживача.

Поява терміну «креативний туризм» в науковому дискурсі датується 90-ми роками ХХ століття. Дуглас Пірс та Річард Батлер у спільній публікації «Tourism research: Critiques and challenges»(1993) першими розглянули креативний туризм як потенційну форму туризму [3].

На рубежі ХХ–ХХІ століть набула розповсюдження концепція креативного туризму як форми культурного туризму. Дослідники почали розглядати такі подорожі як вид туризму, котрий пропонує відвідувачам розвивати свій творчий потенціал через активну участь у майстер-класах та тренінгах, котрі відбуваються у місцях відпочинку. В 2000 році Грег Річардс, професор Тілбурзького університету(Нідерланди), та Кріспін Реймонд, керівник спеціалізованої консалтингової фірми, сформулювали визначення згідно якого креативний туризм «пропонує відвідувачам можливість розвинути свій творчий потенціал через активну участь у навчанні»[5, с.18].

Це визначення передбачає важливий відхід від традиційних форм культурного туризму, оскільки воно акцентує увагу на творчій ролі як виробників, так і туристів. На відміну від більш звичайних форм культурного туризму, креативний передбачає активне залучення туриста до культури та творчого життя місця призначення.

Еволюція підходів до визначення креативного туризму відображені у табл. 1.

Таблиця 1

Основні підходи до визначення поняття «креативний туризм»

Автор	Визначення
Річардс Г., Реймонд К.(2000)[5]	Туризм, який пропонує відвідувачам можливість розвинути свій творчий потенціал шляхом активної участі у навчанні.
ЮНЕСКО (2006) [7]	Креативний туризм передбачає більшу співучасті, під час якої відвідувачає освітню, емоційну, соціальну та активну взаємодію з місцем, його живою культурою та людьми, які там живуть. Туристи відчувають себе громадянами.
Реймонд К. (2007) [4]	Більш гнучка форма туризму, яка забезпечує автентичну та відчуття місцевої культури через неформальні практичні семінари та творчий досвід. Майстер-класи відбуваються як в невеликих групах; вони дозволяють відвідувачам досліджувати свій творчий потенціал у близькому контакті з місцевими мешканцями.
Дубру Н. (2009)[1]	Це подорожі, спрямовані на отримання автентичного досвіду, із залученням у навчання в мистецтві,

	спадщини чи особливого характеру місця, і це забезпечує зв'язок з тими, хто проживає в цьому місці, і хто допомагає створювати цю живу культуру.
Сміт М. (2016) [6]	Креативний туризм може включати: а) творчу діяльність на місці (наприклад, кулінарію, виноробство, живопис, малювання, фотографію, різьблення по дереву чи каменю, гончарство, скульптуру, ремесла, аранжування квітів, драму, музику, танець); б) Креативний туризм можна визначити як дослідження та вираження свого творчого потенціалу під час відпочинку. Діяльність і взаємодія із собою є основним фокусом; контекст або обстановка вторинні; с) Креативний туризм може бути тісно пов'язаний з насолодою від пам'ятки та видів діяльності, які є креативними індустріями та мають тенденцію бути інтерактивними.

Дефініції креативного туризму акцентують увагу на розширенні практичного досвіду. Згідно визначення Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО), креативний туризм – це подорож, спрямована на отримання автентичного досвіду, зі спільним навчанням у сфері мистецтва, спадщини або особливого характеру простору. Він забезпечує зв'язок з місцевими мешканцями, котрі створюють цю живу культуру [7].

Туристи виступають співтворцями свого туристичного досвіду, який є реальним, сприяє їх розвитку та навчанням. Підхід до визначення, запропонований фахівцями ЮНЕСКО, розкриває потенціал креативного туризму як актуальної моделі розвитку територій в умовах глобальної економіки.

Ключовими компонентами креативного туризму в сучасних умовах є:

- майстер-класи;
- дегустації;
- театралізовані екскурсії та квести;
- сучасні інформаційні продукти (зокрема технології віртуальної та доповненої реальності).

Креативний туризм має низку потенційних переваг перед традиційними формами туризму:

- він заснований на нематеріальних ресурсах і може бути більш стійким, ніж традиційні форми культурного туризму;
- креативний туризм не залежить від фізичних структур;
- потреби в інфраструктурних інвестиціях часто нижчі.

Креативний туризм є самодостатнім продуктом, який може легко змінювати форму і тематику в залежності від поставленого завдання, залишаючись творчим за суттю і метою. Креативні туристичні програми можуть заповнювати туристичні маршрути, події, екскурсії та дозвілля мандрівників.

Креативний туризм відрізняється від традиційної моделі культурного туризму насамперед у функціонуванні на основі нематеріальних навичок і активів, пов'язаних зі знаннями, і є доказом того, що ці нові моделі креативного туризму можуть забезпечувати значну додану вартість, збільшуючи туристичний попит та диверсифікацію пропозиції на ринку турпослуг. Зв'язок між туризмом і креативними індустріями також сприяє створенню іміджу, атмосфери та залученню талантів.

Список використаних джерел

1. Dubru N. Creative tourism: A look at its origins, its definitions, and the creative tourism movement / A global conversation. How to provide unique creative experiences for travelers worldwide / R. Wurzburguer, T. Ageson, A. Pattakos, S. Pratt (eds). Santa Fe: Sunstone Press, 2009. P. 229–237.
2. Glossary of Concepts on Creative Tourism. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/978-1-80262-681-020221017/full/html> (дата звернення: 22.04.2023).
3. Profiling the participants in creative tourism activities: Case studies from small and medium sized cities and rural areas from Continental Portugal / Remoaldo P. and others. *Tourism Management Perspectives*. 2020. №36. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7486628/pdf/main.pdf> (дата звернення: 22.04.2023).
4. Raymond C. Creative Tourism in New Zealand: the Practical Challenges of Developing Creative Tourism. *Tourism, Creativity and Development*. London: Routledge, 2007. P. 145–157.
5. Richards G., Raymond C. Creative Tourism. *ATLAS News*. 2000. №23. P.16–20.
6. Smith M. *Issues in Cultural Tourism Studies*. New York: Routledge, 2016. 304 p.
7. Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism: discussion report of the planning meeting for the 2008 International Conference on Creative Tourism. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000159811> (дата звернення: 22.04.2023).

УДК 338.48:061.5

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

ВІРА ОРЛОВА, ПАВЛО ВИЧІВСЬКИЙ, ТАРАС МАЛАНЮК

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

За останні роки ринок послуг туристичної сфери може бути охарактеризований зростаючими пропозиціями одночасно при скороченому попиті на послуги, а це неминуче призводить до посилення конкуренції. Одне із головних завдань при формуванні стратегічних конкурентних переваг в бізнесі надання послуг підприємствами туристичної сфери – це їх більш висока якість у порівнянні із аналогами конкуруючих підприємств.

У відповідності із міжнародним стандартом ISO 9000, якістю вважають сукупність властивостей і характеристик послуг, які задовольнити здатні обумовлену, чи передбачувану потребу споживача. Якість спонукає клієнта обрати той або інший продукт (якщо не брати до уваги фактор ціни), у деяких сегментах ринку, якість впливає на рішення клієнта скористатись послугами певного, конкретного підприємства, а не фірми-конкурента. Між якістю та успішною реалізацією туристичних послуг існує прямо пропорційна залежність, тому погіршення якості зумовлює втрату клієнта.

Під якістю маємо на увазі відповідність послуг підприємств туристичної сфери, які пропонуються, очікуванню споживачів чи встановленим законодавчо стандартам. Для клієнтів критерієм, при оцінці якості одержаних послуг підприємств туристичної сфери, буде ступінь їх задоволеності, тобто відповідність одержаного і очікуваного. Бажання повернутися ще раз та порадити це зробити своїм друзям і знайомим – ось критерій ступеня задоволеності клієнта.

Основні принципи та елементи систем якості, які охоплюють усі процеси, необхідні для забезпечення ефективності послуги, від маркетингу до її надання, включаючи аналіз послуги встановлює «ДСТУ ISO 9004-2-96. Управління якістю та елементи системи якості. Частина 2. Настанови щодо послуг».

Управління якістю послуг на підприємствах туристичної сфери вважається як складова механізму управління, способом організувати діяльність підприємств туристичної галузі. Управління якістю послуг охоплює коригування відносин між учасниками процесу надання послуг, між підприємством і споживачами послуг, формами і методами впливу на процес виробництва та реалізації послуг, організаційною структурою управління та умовами стимулювання персоналу.

Суть управління якістю послуг на підприємствах туристичної галузі повинно бути спрямоване на те, щоб вироблялися управлінські рішення та здійснювався комплекс управлінських дій, по створенню, наданню, плануванню продуктів з високим рівнем якості.

Визначальним фактором стосовно впровадження систем менеджменту якості, у стандартах ISO 9000 є процесуальний підхід. У механізмі управління якістю туристичних послуг на основі процесуального підходу у системі якості виділяються дві групи процесів: основні і допоміжні. Перша група охоплює процеси по створенню та реалізації послуг (так звані бізнес-процеси). Друга група складається із процесів менеджменту та процесів забезпечення.

Основна мета при управлінні якістю послуг підприємств туристичної сфери – це вдосконалити форми та методи процесу управління, щоб спрямувати на покращення якості і забезпечити стійке конкурентне становище підприємства. Щоб досягнути такої мети адміністрації турфірми, необхідно забезпечувати організацію усіх органів управління і підрозділів підприємства, скоординувати усю роботу, щоб створити систему управління якістю на підприємстві. Управління якістю послуг повинно передбачати вивчення ринку послуг туризму, проведення маркетингових досліджень відповідно з якими покращення якості туристичних послуг повинно здійснюватися у відповідності з потребами споживачів.

Основа формування стратегії турфірми у сфері якості – це законодавчі та нормативно-технічні документи у сфері стандартизації та сертифікації. Засіб реалізації стратегії якості – це система якості, у відповідності до якої здійснюються планування якості, оперативне управління якістю, покращення якості.

Управління якістю послуг вважають різновидом управлінської діяльності, яка виникла як наслідок поглибленого розподілу праці і спеціалізації функцій управління підприємством. Функції управління якістю послуг мають діяти на всіх стадіях життєвого циклу послуги.

Окремі сторони управлінської діяльності характеризують специфічні функції по управлінню якістю послуг і відображають який вплив має управлінська система на окремі частини об'єктів управління. У кожному конкретному випадку клієнт обирає ті послуги, які відповідають оптимально його критеріям якості.

Щоб підтримувати високу якість послуг, незалежно від зусиль турфірми, провідною ідеєю управління якістю має стати орієнтування на клієнтів та повнота забезпечення їхніх потреб.

Основою ідей керування через якість – є орієнтація на споживачів, клієнтів турфірми. Цю систему необхідно зосереджувати на повне задоволення вимог та потреб клієнтів. Найважливіший критерій при оцінці ефективності послуг туристичного підприємства – це зіставити якість наданих послуг із очікуваннями клієнтів. Якість послуг тому можна розглядати як результат задоволення потреб споживачів, враховуючи їх очікування стосовно ціни, яку вони можуть дозволити собі. Підприємство повинно враховувати, що споживачі постійно аналізують співвідношення «якість - ціна - результативність».

Витрати на підвищення якості обслуговування є внеском на перспективу, котрі реалізуються шляхом залучення нових та утримання постійних клієнтів. Це твердження підтверджується дослідженнями згідно висновків яких – залучення нового клієнта зумовлює у п'ять разів більше витрат аніж утримання постійного клієнта шляхом надання якісного обслуговування. Адже постійний клієнт не зумовлює витрат на маркетинг, однак при умові задоволення від обслуговування здійснюватиме безкоштовну рекламу туристичному підприємству.

Таким чином, якість послуг на туристичних підприємствах виходити мусить з того, що найважливішим є із погляду клієнта. Це і буде формувати основу стратегії обслуговування, яка насамперед реалізуватиметься у місцях зустрічі клієнтів та персоналу підприємства. Якість послуги туристичних підприємств спочатку виражається у формі пропозиції послуги, а надалі уже відбувається сам процес продажі цих послуг, тому необхідно культуру підприємства формувати так, щоб персонал турфірми, при особистому спілкуванні із споживачами міг надавати послуги з високим сервісним рівнем. Досягнути найкращих результатів роботи можна на тих турфірмах, де існує високий рівень культури праці.

Будуватися такий підхід повинен із врахуванням того, що маркетинг та організація продаж сприяють залученню нових клієнтів. Безсумнівно, що тільки при допомозі надання якісних послуг та високої культури обслуговування споживачів, а також при перевищенні їхніх сподівань, можна примусити їх повертатися повторно на турфірму.

Бажання безперервно поліпшувати якість повинно бути притаманним не тільки підприємству загалом, а й кожному його працівникові. Це бажання необхідно підтримувати й розвивати постійно. У процесі досягнення цілей турфірми у сфері якості формується певний механізм управління, який проникає у всі стадії виробничої системи загалом, з метою досягнення узгодженості у функціонуванні всіх її елементів та мінімізації усіх видів витрат. Такий механізм управління і можна вважати системою управління якістю.

Управління якістю є скоординованою діяльністю, суть якої полягає у тому, щоб спрямувати та контролювати учасників відносин стосовно якості, або

напрямки діяльності, з метою підвищити ефективність виробництва за рахунок запровадження системи управління якістю на підприємстві

На сьогоднішній день, одним із найважливіших завдань у діяльності підприємств, постає завдання по створенню ефективної системи з управління якістю, яка дозволила б надавати конкурентоздатні послуги. Клієнти повинні бути впевненими, що якість послуг, які їм пропонують, відповідають їхнім потребам і вимогам. Метою управління якістю послуг є: удосконалити форми та методи процесів управління, спрямовувати їх на покращення якості та забезпечувати стійкий конкурентний статус підприємству.

Клієнти приходять до нас із своїми потребами. І головним завданням нашим є задовольняти ці потреби. Ніщо не може так допомогти вижити туристичному підприємству, як досконально вивчити те, що саме споживачам потрібно та, що може мати вплив на мотивацію їх при виборі послуг. Тільки розуміючи поведінку клієнта та, задовольнивши його потреби, домогтися можна популярності свого підприємства, так як центральна фігура у будь-якому бізнесі залишається завжди клієнт, гість, споживач.

Список використаних джерел

1. Городня Т.А. Управління якістю послуг туристичних підприємств в умовах конкуренції. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2008. Вип. 4(18). С. 166–170.
2. Кривицька Н.Ю., Логвіненко Л.В. Основні категорії та особливості впровадження системи управління якістю на підприємстві туристичної галузі. *Економіка, менеджмент, бізнес*. 2010. №1. С. 117–123.
3. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. 2-ге вид., випр. та доп. Київ : КНТЕУ, 2009. 463 с.

УДК 338.483:796.926

ГЕОГРАФІЯ ГІРСЬКОЛИЖНИХ КУРОРТІВ УКРАЇНИ

ЛЕСЯ КОВАЛЬСЬКА

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

Гірськолижні курорти, зазвичай, розташовані в гірських районах, де є достатньо снігу для забезпечення туристів цієї формою активного відпочинку, тому для них притаманна яскраво виражена сезонність. Основною метою цих курортів є забезпечення туристів усіма необхідними умовами для комфортного та безпечного катання на лижах та сноубордах. Відмінною рисою гірськолижних курортів є наявність розвинутої інфраструктури, до складу якої входить: спеціально обладнані траси для гірськолижного спорту і сноуборду; гірськолижні підйомники; пункти прокату спортивного спорядження й інвентарю; гірськолижні школи; готелі й інші місця розміщення для приїжджих; заклади харчування; майданчики для паркування; лікувально-профілактичні заклади (грязе- і водолікувальні, спа-салони); заклади для анімаційно-дозвіллевої діяльності (кінотеатри, дискотеки, боулінг, ігрові центри та ін.); інші суб'єкти

(магазини, заклади з надання побутових послуг, сервісні центри фото- та відеозйомки тощо).

За створенням турпродукту ці заклади відносяться до капіталомістких і трудомістких видів туризму. На гірськолижних курортах розвивається весь спектр послуг, необхідних для повноцінного відпочинку та розваг туристів, а саме: ресторани, бари, кафе, а також магазини зі спорядженням та інвентарем для катання на лижах та сноубордах. Також на курортах можна займатися різними видами спорту та розваг, такими як ковзання, санчати, льодовий хокей та інші.

Гірськолижні курорти мають значний туристичний потенціал та приносять значні прибутки економіці регіонів, де вони розташовані. У межах України розміщено 56 курортів для зимового відпочинку, а також більше 185 кілометрів лижних трас для катання по всій країні і для всіх вікових категорій населення. Тільки на Закарпатті працювало 46 лижних курортів. У порівнянні з сусідньою Словаччиною – 91 такий курорт.

Тому вони є важливим елементом розвитку туризму в Україні, зокрема, у Карпатському регіоні. Найпопулярнішим курортом, вважається Буковель, який розташований на 5-ти горах й знаходиться у межах Івано-Франківської області. Загальна протяжність гірськолижних спусків Буковеля складає 50 кілометрів. Туристи приїжджають сюди не тільки з метою активного відпочинку, а й з метою оздоровлення завдяки наявності мінеральних джерел. Це найкраще технічно облаштований гірськолижний курорт країни. Цей комплекс сьогодні відповідає світовим стандартам інфраструктурного забезпечення. Буковель є чи не єдиним курортом нашої держави, пристосованим до надання широкого кола послуг та задоволення потреб різних груп рекреантів.

Іntenсивно розвивається також гірськолижний курорт Драгобрат (Закарпатська область) – найвисокогірніша лижна база країни (1400 метрів над рівнем моря). Курорт приурочений до підковоподібної експозиції схилів масиву Свидовець, що забезпечує з листопада до травня стабільний сніговий покрив, потужністю близько 5 м. Це створює ідеальні умови для сноубордистів. На курорті функціонують дитячі траси три підйомники. Ще одним відомим гірськолижним курортом є Пилипець, що розміщений на північних схилах г. Гемба (1497 м) та г. Жид Магура (1517 м) з перепадом висот більше ніж 400 м. Неповдалі курорту розташований водоспад Шипіт.

Українські Карпати посіли друге місце у рейтингу найдоступніших гірськолижних курортів Європи після Угорщина.

Гірськолижні курорти Криму, після завершення повномасштабної війни з росією й завершення деокупації українських земель, пропонуватимуть відвідувачам можливість насолоджуватися зимовими видами спорту, такими як лижі, сноубординг та снігоходи. Найбільш відомі гірськолижні курорти Криму – це Демерджи, Чатир-Даг, Ай-Петрі та Байдарська долина.

Серед інших регіонів: Харківська, Черкаська, Київська області, які, до моменту масового вторгнення росії в Україну (24 лютого 2022 р.), пропонували відпочиваючим послуги гірськолижного туризму. Наприклад, курорт «Альпійська долина» у Харківській області з системою штучного засніження розташований коло м. Харків. Кількох морозних днів – й траси придатні для катання з грудня до

квітня. Тут функціонують 2 траси по 400 метрів завдовжки, 2 бугельні підйомники, спеціальна траса для надувних санчат. У темну пору доби вони освітлюються. У межах курорту є кафе, медпункт, безкоштовна парковка на 200 автомобілів.

Неподалік від Черкас працює гірськолижний курорт «Водяники». Тут є розваги і для дорослих, і для малих.

Гірськолижний спорткомплекс «Протасів Яр» у столиці України. Відкритий у 1998 році і працює не тільки навчальним і тренувальним центром для спортивних шкіл м. Київ, а й місцем проведення різних змагань і навіть базою олімпійської підготовки збірних України з гірськолижного спорту та сноубордингу.

Маркетинг та просування гірськолижних курортів в Україні може бути викликом через ряд факторів, таких як конкуренція з іншими курортами, залежність від погодних умов та недостатня інфраструктура.

Одним з найважливіших елементів успішного маркетингу курорту є розуміння цільової аудиторії та їх потреб. Наприклад, маркетингова кампанія «Зимові пригоди на гірськолижному курорті», котра включає наступні елементи:

- соціальні медіа: розміщення привабливих фото та відео матеріалів про курорт на соціальних медіа, таких як Facebook та Instagram. Рекламні оголошення: на Інтернет-ресурсах та у регіональних медіа для привернення уваги потенційних відвідувачів. Оптимізація веб-сайту курорту для підвищення його позицій в пошукових системах та збільшення його видимості в Інтернеті.

- контент-маркетинг: створення цікавих інформаційних матеріалів, таких як блог-пости та статті, що описують можливості та привабливості курорту. Проведення конкурсів та акцій для залучення уваги та збільшення зацікавленості до курорту. Відправка email-розсилок з інформацією про знижки та пропозиції для підписників.

- встановлення зв'язку зі спортивними організаціями та запрошення їх до курорту для проведення спортивних змагань та тренувань. Створення спеціальних туристичних пакетів, які включають не тільки гірськолижний відпочинок, але й екскурсії до місцевих визначних пам'яток, традиційну українську кухню. Співпраця з впливовими особистостями, які можуть підвищити рівень зацікавленості до курорту та привернути увагу нових відвідувачів.

Тому просування гірськолижних курортів на ринок туристичних послуг вимагає комплексного підходу та використання різних стратегій.

Таким чином, для подальшого розвитку гірськолижних курортів України пропонується:

- розвивати нові види спорту, такі як фрирайд та хелі-скінг та постійно проводити моніторинг й підвищувати якість послуг й сервісу;

- продовжувати розвиток регіонального туризму, який може забезпечити додатковий потік туристів на гірськолижні курорти. Сьогодні, для розвитку гірськолижного курорту, потрібно відновити малі туристичні курорти з уже сформованою туристичною інфраструктурою, оскільки на великі гірськолижні курорти потрібен час і ресурси.

- вдосконалення і розвиток інфраструктури курортів, зокрема, будівництво нових готелів, розвиток системи підйомників та транспортних засобів, ремонт та модернізація існуючих об'єктів, введення нових сучасних технологій та розширення асортименту послуг.

- для успіху розвитку гірськолижних курортів потрібно: об'єднати всі курорти у спільний скі-пасс; забезпечити безкоштовний трансфер між локаціями; зробити акцент на сімейний відпочинок, підтримувати єдиний стандарт високої якості та безпеки тощо.

Крім того, розвиток гірськолижних курортів сприятиме розвитку інших галузей економіки, зокрема, готельного бізнесу, ресторанної і транспортної інфраструктури, підвищенню рівня зайнятості та зростанню доходів населення.

УДК 338.48

ІВЕНТИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ

НАТАЛІЯ ХУДИК

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

Івент-туризм в індустрії туризму є молодим та надзвичайно привабливим напрямом для сучасного туриста. Він являє собою унікальні тури в яких поєднується традиційний відпочинок та участь у цікавих, притаманних місту, регіону, країні заходах (подіях).

Подієвий туризм часто має пізнавальний характер, використовуючи в організації подорожей історико-культурні ресурси та залучаючи туристів до місцевої культури. Все частіше подієвий туризм, який вперше з'явився в Європі у 80-х роках ХХ ст. ототожнюють з фестивалним або тематичним, а порівняно недавно, його почали популяризувати як івент-туризм.

Івент (від англ. *even* – подія) – розважальне або рекламне подання, здійснюване на театральній сцені, кіно- або телеекрані, на спортивній або цирковій арені з використанням різного роду сюжетних ходів, образотворчих прийомів, світлової техніки, комп'ютерної графіки і т.п. [3].

Беручи участь в івентивному турі туристи мають додаткову можливість відвідати популярні об'єкти історико-культурної спадщини, а часом і стати учасником цікавих історичних подій, подій у світі культури та мистецтва [1].

Івент-туризм має і велике економічне значення для країни загалом та регіону зокрема. Оскільки проведення заходів з залученням об'єктів історико-культурної спадщини спонукає усіх суб'єктів туристичної галузі та супутніх галузей економіки до активізації своєї діяльності. Під час проведення івент-подій відбувається розвиток найбільш динамічних та активних елементів продуктивних сил міста (регіону чи країни). Це в свою чергу сприяє підвищенню використання ресурсного потенціалу даної території, стимулює розвиток інфраструктури регіону та надходження прибутку від туризму.

До видів івент-туризму можна віднести: фестивалі, карнавали, паради, святкування, конференції, форуми, симпозіуми, круглі столи, освітні заходи (семінари, тренінги, курси підвищення кваліфікації), спортивні змагання, концерти, покази фільмів, театральні постановки, ювілеї, весілля, торжества, ділові події (виставки, ярмарки, торговельні шоу, презентації, відкриття підприємств, прийоми тощо) та ін.

В історії в різний період часу відбувалося формування різновидів подієвого туризму. До них відносились і міські свята в Середньовіччі, що супроводжувались незабутніми видовищами, маскарадами та розвагами в основі яких часто були язичницькі культу та обряди; безкоштовні спектаклі бродячих театрів, фарси, комедії, водевілі з якими виходили на вулиці, приваблюючи увагу гостей міста. Важливе місце серед подій мали і Олімпійські ігри у Греції, гладіаторські бої у Римській імперії, рицарські турніри у Середньовічній Європі.

Основними функціями подієвого туризму є залучення туристів, економічний розвиток міста (регіону, країни), розвиток інфраструктури туризму, формування сприятливого іміджу туристичної дестинації. Також у івент-заходів є й інші цілі та завдання, які пов'язані з формуванням освідченого суспільства, відродженням міст, культурним розвитком населення, просвітництвом молоді.

Безперечно багатий історико-культурний, природний, творчий потенціал регіону (країни) сприяє розвитку саме цього виду відпочинку. Етнічна музика, традиції, фольклор в свою чергу є базою для розвитку фестивалів, парадів, свят, виставок тощо.

Країни, які є світовими лідерами туристичної індустрії отримують левову частку прибутків завдяки вмілому використанню історико-культурного надбання в організації туристичних послуг. Очевидно, що це залежить від кількості пам'яток, їхньої художньої цінності та стану збереженості.

Поєднання усіх складових в організації подій (заходів) є важливою умовою івентивного туризму, оскільки допомагає туристу відчувати задоволення не тільки від результату подорожі, а й від самого процесу підготовки заходу. В івентах зазвичай бере участь певна кількість людей, це виконавці, організатори, глядачі, учасники. І кожен з них має свою мету та завдання, прагнучи отримати бажаний для себе результат [4].

Для організації події туристичного масштабу необхідний сучасний й цікавий сценарій, приурочений до певної історичної чи культурної події регіону. А відповідний звуковий супровід, освітлення та спеціальні костюми зважаючи на вид події надають івенту особливої «родзинки» та привабливості для сучасного туриста [2].

Івент-туризм з використанням об'єктів історико-культурної спадщини сприяє розвитку всієї туристичної сфери у країні завдяки зростаючій цікавленості серед молодих осіб та іноземних мандрівників, розвитку й поширенню культурних традицій, залученню інвестицій з боку держави та іноземних організацій, поширенню позитивного іміджу про регіон (країну), розвитку малого підприємництва, співпраці органів державної влади із суб'єктами туристичної індустрії.

З іншого боку розвиток івент-туризму гальмується через відсутність інформаційного забезпечення про існуючі події (заходи), що відбуваються в місті (регіоні, країні), негативний (низький) імідж країни як туристичної держави на міжнародній арені, відсутність взаємодії держави із суб'єктами індустрії туризму.

Отже, історико-культурна спадщина регіону певним чином визначає його специфіку в туристичній індустрії та напрямок розвитку туризму. Багато країн світу роблять акцент на використанні об'єктів історико-культурної спадщини в івентивному туризмі для розвитку своїх депресивних регіонів.

Завдяки сталому розвитку івентивного туризму вирішується цілий ряд проблем регіону: створення туристичного продукту спрямованого на задоволення потреб сучасних туристів; раціональне використання природної та історико-культурної спадщини; збалансованість місцевої економіки за рахунок взаємної співпраці та збагачення; підтримка підприємництва; залучення місцевого населення в розвиток туризму.

Використання окремих об'єктів історико-культурної спадщини в туристичній індустрії в свою чергу впливає на розробку та реалізацію програм з реставрації та оновлення історичних пам'яток, на адаптацію історико-культурних пам'яток до сучасних умов та тенденцій, надиктованих туристичним попитом. В цьому питанні також важливо розвивати державну підтримку та міжнародне співробітництво у сфері збереження та відновлення історико-культурної спадщини.

Список використаних джерел

1. Бондарь О.І. Технологія організації і проведення івент-заходів на прикладі фестивалів. *Актуальні питання економічного розвитку в сучасних умовах: Матеріали V Всеукр. наук.-практ. конф.* (м. Херсон, 26-27 березня 2020 р.). Херсон: ФОП Вишемирський В.С., 2020. С.167–170.

2. Карпюк О.А., Сингаєвська А.О. Event-менеджмент в туристичній галузі: світовий досвід та перспективи для України. *Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі: Матеріали XIX Міжнар. наук.-практ. конф.* Житомир: ЖФ КІБІТ, 2016. С.39–42.

3. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму: підручник. Київ : Знання, 2010. 502 с.

4. Лук'янець А.В. Розвиток івент-технологій в туризмі в Україні. *Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні : Матеріали I Всеукр. наук.-практ. конф.* (м. Херсон, 23 квітня 2021 р.) Херсон : ХДАЕУ, 2021. С. 221–223.

UDC 338.2:20

THE ROLE OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT IN GREEN TOURISM AS A MARKETING PERSPECTIVE

**GAZANFAR SALMANSULEYMANOV, NURANA NAMIK ABDULLAYEVA,
TURKAN ALI SHEYDAI**

Azerbaijan State Oil and Industry University, Azerbaijan

In recent years, guidelines in the field of environmental management and principles of sustainable development have become popular and become a priority for most business areas. A successful business for low-middle income countries around the world is green tourism. The aim of the thesis is to determine the strategic marketing support for the development of green tourism based on the approach to its assessment in terms of environmental and tourism competitiveness.

Recently, green offices, green marketing, green tourism, all these areas are the main areas of environmental management preferred by countries. Research shows that over time, the level of environmental compatibility for the consumer becomes an important tool in choosing a product or service, and green tourism plays an important role in these areas. Thus, green tourism includes the ideas of environmental protection in efficient tourism. Many studies have been conducted in this area, one of which was the study by Tsung et al. (2019). In their research, they have provided a comprehensive study of the low-carbon tourism experience in the field of ecotourism and, as a result, have provided recommendations for the development of tourism management. Even in many studies, the application of green economy to banks has become a research center. For example, Park and Kim (2020) stated that «Green banking» has competitive advantages over private banks, but also creates new business opportunities and will play an extensive role in managing the risks of individual financial institutions.

Green tourism as a marketing perspective

As it is known, ecotourism is one of the current directions of marketing, which involves engaging in activities that have a minimal impact on the environment and visiting natural areas. The main goal of this area is to provide educational and enjoyable experiences to visitors interested in the area and to ensure sustainability. In other words, supporting local communities and protecting the natural environment by providing economic incentives to protect natural resources is the main and important task of this field. The scope of ecotourism is wide.



Figure1 Scope of ecotourism

As in many countries of the world, ecotourism has become a popular field in Azerbaijan in recent years. As the nature of Azerbaijan is colorful, the government invests in this area and has started implementing ecotourism projects to promote sustainable development. The main ecotourism places of Azerbaijan include Lake Goygol, Lake Maralgol, Hirkan National Park. Azerbaijan is trying to involve agriculture in ecotourism and important work is being done in this direction. In general, ecotourism is in the initial stage of development both in many countries of the world and in Azerbaijan. Finally, it should be noted that environmental management ensures efficient use of resources, normalization of climate conditions, protection of national values, improvement of business image and so on, as a perspective of global marketing. This area will develop more in the coming years and environmental management will be applied to all areas.

Reference

1. Tsung, H.L.; Fen-Hauh, J., (2019). The Low-Carbon Tourism Experience: A Multidimensional Scale Development. *J. Hospitality Tourism Res.*, 43(6) : 890-918 (29 pages)
2. Park, H.; Kim, J.D., (2020). Transition towards green banking: role of financial regulators and financial institutions. *Asian J. Sustainability Soc. Responsibility*, 5[^] 1-25 (25 pages)
3. Tofiq Baharji, Mehdiyeva V. Natural conditions, natural resources of the Republic of Azerbaijan and their economic-ecological assessment. Textbook ADYU, Baku 2012

УДК 913.3

ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ІНФРАСТРУКТУРИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО СЕРВІСУ ТА ТУРИЗМУ

ОЛЕНА ДУТЧАК

*Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
Україна*

Інфраструктура соціокультурної сфери та туризму – це не тільки сукупність штучно створених об'єктів, що обумовлюють та забезпечують їх функціонування та представлені культурними, мистецькими заклади та туристичними підприємствами. Це також комплекс супутніх об'єктів, що споруджені для загального користування на рахунок державного інвестування (прикордонні пункти пропуску, автомобільні та залізничні дороги (шляхи), аеропорти, лікарні, відділення пошти та відділення служб доставки) [2]. Послуги інфраструктури відіграють свого важливу роль, що полягає у зв'язку, координації різних секторів соціокультурного обслуговування, а тому відіграє особливу роль у функціонуванні самого комплексу соціокультурного сервісу та туризму.

Культурно-дозвілєва структура інфраструктури складається із закладів різних типів: театрів і кінотеатрів, художніх галерей, клубів і дискотек, концертних залів, бібліотек і музеїв, торгово-розважальних центрів, тощо [1].

Сучасна стан в Україні характеризується низкою негативних процесів, які негативно впливають на всі без винятку аспекти життя сучасного українського суспільства. Серед них – воєнний стан, наслідки карантинних обмежень, зміна духовно-моральних орієнтирів, комерціалізація культури, відчуження від культури і мистецтва цілих верств населення, зменшенням державного фінансування установ культури, втрата зацікавленості до окремих «продуктів» сфери культури [3, с. 36].

Сучасний курс на розвиток самоврядування (та самофінансування) в сфері культури хоча й сприйнятий основною масою українського населення, однак на практиці ще недостатньо втілюється в життя. Тому першочерговим завданням місцевих органів влади є формування в населення настрою на творчу участь у самоуправлінському процесі у соціокультурній сфері, у розвитку культури та туризму в регіонах [4, с. 62].

Певною мірою недостатній розвиток матеріально-технічної бази об'єктів соціокультурної сфери змусив учених та практиків галузі шукати нові шляхи більш ефективного їх застосування. Це відображається через такі показники, як наявна мережа, технічний стан діючих установ культури, місткість глядацьких і лекційних залів, оснащення та навіть наявність кімнат для гурткової роботи, середня наповнюваність залів при проведенні різних масових заходів різного тематичного спрямування і т. ін [2, 163].

Показниками соціальної ефективності прийнято вважати кількість, структуру наданих послуг, рівень обслуговування, формування нових послуг, що відповідають сучасним трендам у суспільстві. Показниками, які більш-мнш повною мірою характеризують умови, в яких працює соціокультурна галузь, виступає якісний склад кадрів, оснащеність установ культури, фонд споруд, доступність центрів дозвілля населенню [1].

Важливе значення в соціокультурному обслуговуванні має так звана «допоміжна» інфраструктура. Населені пункти, що краще забезпечені мережею транспортних доріг, мають позитивну динаміку змін в соціальній і професійній структурі свого населення, яке, відповідно активніше бере участь у соціокультурному обслуговуванні [3, с. 56].

Матеріально-технічна база установ культури відображається через місткість клубів, кількість кімнат, а також ряд економічних показників: чистий матеріальний прибуток, що залишається в доході ОТГ; вартість валової продукції на одного працівника галузі; рентабельність, тощо [2].

Проаналізувавши вплив основних об'єктивних факторів на використання об'єктів соціокультурної інфраструктури, необхідно звернути увагу на суб'єктивні чинники: запити населення у певних видах туристичних та соціокультурних послугах, модні тренди, культурні запити. Чітка орієнтація на задоволення таких суб'єктивних запитів дає змогу забезпечити сталий розвиток туристичного та соціокультурного обслуговування.

Тому у соціокультурній діяльності варто розглядати взаємодію двох спрямованих назустріч ода одній сторін: суб'єкта соціокультурної діяльності (високопрофесійних фахівців галузі) і об'єкта (погляди, судження, характер, ментальні риси клієнтів, користувачів послуг). У процесі взаємодії постійно відбувається взаємовплив: суб'єкти передають свої враження думки, відношення, оцінки, модні вподобання об'єкту, а об'єкт змушений вносити певні відповідні корективи в свою діяльність.

Різноманіття можливих форм, засобів і методів реалізації програм у соціокультурній діяльності та сфері туризму, обумовлюють можливість для включення в неї широкого кола учасників з різними інтересами і ціннісними запитами. Аналіз роботи установ культури та туризму показує, що найпоширенішими прорахунками в організації їхньої діяльності є відсутність врахування суб'єктивних факторів впливу, відсутність зацікавленості значної частини населення у послугах соціокультурної сфери, а це унаслідку приводить до гальмування сталого розвитку соціокультурного сервісу та туризму.

Список використаних джерел

1. Гриценко О.А. Про реалізацію державної політики у галузі культури у сільській місцевості. Аналітичні матеріали до Всеукраїнської наради з питань розвитку культури (21. 06. 2007 р.).

2. Дозвілля в Україні. Теоретичні та емпіричні аспекти: Монографія. Київ: Видавничий центр ДАКККМ. 2003. 224 с.

3. Рутинський М.Й., Стецюк О.В. Туристичний комплекс Карпатського регіону України: Навч. посіб. Чернівці: Книга – XXI, 2008. 440 с.

4. Чернюк Л.Г. Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка Київ: УН-т «Україна», 2005. 245 с.

5. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 595 с.

УДК 338.48

СТРАТЕГІЧНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ КУРОРТУ ЯРЕМЧЕ

ОЛЕКСАНДР НОСИРСЬВ

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
Україна*

Сьогодні Яремче – відомий низькогірний кліматичний та гірськолижний курорт, центр туризму і відпочинку на Прикарпатті. Місто оточено горами, які на півночі та півдні переходить у мальовничі пагорби, вкриті густими хвойними та листяними лісами. Яремчанський регіон – це популярний туристичний центр як зимового, так і літнього відпочинку. Курорт розташований у південно-західній частині Івано-Франківської області. Розвагу до смаку тут знайде навіть найвибагливіший турист у будь-яку пору року. Розмістившись на березі річки Прут, у мальовничій долині, зусібіч оточений горами, Яремче приваблює туристів

казковими краєвидами, цікавими гірськими маршрутами, унікальними пам'ятками та магічним гуцульським колоритом.

Надзвичайна краса природи цих місць: схили гір, густо порослі лісом, гірські потоки, водоспади. І зимою і влітку – це край з прекрасними ландшафтами й чудовими кліматичними умовами. Але не тільки природні умови прикрашають Яремчу. Вона дуже цікава з етнічного погляду і відзначається самобутньою культурою, створеною гуцулами. І на Україні, і далеко за її межами відома художня продукція різьбярських, килимарських, керамічних та інших художньо-промислових колективів.

Перебуваючи у Яремче, цікаво буде оглянути унікальну дерев'яну церкву Св. Іллі, водоспади Пробій, Дівочі Сльози, скелю на правому березі ріки Прут; камінь та скелі Довбуша, музей імені митрополита А. Шептицького; музей етнографії та екології Карпатського краю; пам'ятку архітектури дерев'яний ресторан «Гуцульщина», побудований без жодного цвяха; вольєр з оленями та козулями та розташовану поблизу виставку «Карпати в мініатюрі».

У місті Яремче природною основою економіки є і залишається туристично-рекреаційна галузь, що і зумовлює майже повну відсутність великих промислових підприємств. Туристична галузь Яремчанщини є стратегічним напрямком розвитку регіону, важливим чинником динамічного збільшення надходження до бюджету, істотного позитивного впливу на стан справ у багатьох галузях економіки (транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво тощо). Туризм у Яремчанському регіоні сприяє підвищенню зайнятості населення, розвитку ринкових відносин, міжнародному співробітництву, залученню громадян до пізнання багатой природної та історико-культурної спадщини краю, збереженню екологічної рівноваги.

Яремчанщина має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та в'їзного туризму. Виходячи з наявних можливостей для розвитку туризму, зумовлених природними, історико-культурними, етнографічними особливостями, у регіоні розвиваються різноманітні види туризму, серед яких пріоритетними є гірськолижний, пішохідний, велосипедний, кінний, водний (рафтинг), оздоровчий, культурно-пізнавальний, екскурсійний та ін.

Сувенірні ринки Яремче є туристичними об'єктами, сферою торгівлі та робочих місць водночас. Це своєрідна «Мекка» народно-прикладного мистецтва. Тут представлені не окремі його види, а практично всі. З умілих і працюючих рук місцевих майстрів виходять писанки, різьблені, інкрустовані й випалені дерев'яні вази, шкатулки, тарелі, ложки, діжки, різноманітний керамічний посуд, куманці, кахлі, скульптурки, вишиті й ткані сорочки, рушники, килими й верети, ліжники, вироби з бісеру, металу й шкіри.

Головною місцевою дестинацією є водоспад Пробій, це справжнє диво природи з каскадом водоспадів. Пробій – один з найповноводніших водоспадів Карпат. Висота падіння води складає 8 м, кут нахилу – майже 45 градусів. Утворився він в нижній частині Яремчанського каньйону річки Прут, у місці виходу на поверхню стійких до ерозії гірських порід – ямненських пісковиків (верхні шари) та аргілітів і алевритів (нижні шари). Водоспад Пробій –

популярний туристичний об'єкт. Над водоспадом побудований міст заввишки 20 м, з якого стрибають за гроші найсміливіші місцеві жителі. Нижче водоспаду є розлога і глибока улоговина з відносно спокійнішою течією [1].

Низка науковців, які вивчали екологічний стан води річки Прут протягом останніх десятиліть, встановили, що якість її води у верхній течії (особливо в районі водоспаду Пробій) помітно погіршується. Причиною такого погіршення екологічної безпеки в регіоні може бути забруднення річки Прут на вивченій ділянці внаслідок посилення антропогенного навантаження на неї протягом останніх років. Основними забруднювачами Прутської екосистеми на цій ділянці є дифузні джерела. Неканалізована місцевість є причиною емісії органічних і біогенних сполук до річкового басейну [1].

Тут розташовані численні санаторії, у тому числі для хворих на туберкульоз легенів, будинки відпочинку, туристичні бази та готелі. Варіантів житла у Яремче великий вибір: від бюджетних номерів до розкішних котеджів. У високий сезон ціни за житло підвищуються, часом майже у 2 рази. Слабкі сторони діяльності суб'єктів готельного бізнесу на території Яремчанської міської ради, які можуть перешкоджати розвитку туризму: низька якість ночівлі, проблеми з водопостачанням, відсутність достатньої практичної туристичної інформації про територію, незнання власниками іноземних мов, непривабливість іміджу України в очах іноземців, відсутність бронювання. Системи, туристичні об'єкти та маркування маршрутів слабкі, а інфраструктура недосконала [2].

До сильних сторін розвитку туризму у Яремчі можна віднести: наявність цінних природних територій та Карпатського національного природного парку; наявність залізничного сполучення із Києвом, Івано-Франківськом, Львовом та іншими містами України; сильні позиції брендів «Яремче» (словесний бренд) та «Гуцульщина» (словесний бренд) у національному контексті. Також до сильних сторін слід віднести сприятливі кліматичні умови для туризму й розвитку кліматичного курорту; велику кількість різноманітних туристичних об'єктів; культурно-етнографічні особливості Гуцульщини зі збереженими традиціями, звичаями та обрядами, народними наявну туристичну інфраструктуру (кількісний аспект) та широкий сезон для туризму.

До стратегічних проблем розвитку туризму у Яремчі можна віднести:

- відсутність чіткої ідентифікації туристичних продуктів регіону та їхнього позиціонування на туристичному ринку;
- недовикористання можливостей для розвитку громади, недосконалу туристичну та комунальну інфраструктуру, в т.ч. благоустрій;
- відсутність маркетингової стратегії: немає візуальної впізнаваності Яремчанщини (в т.ч. туристичного бренду);
- відсутність системи просування туристичних можливостей регіону на вітчизняному та міжнародному ринках;
- недосконалість дорожньо-транспортної інфраструктури, комунальної інфраструктури, хаотичність забудови та візуального обличчя регіону, поганий рівень благоустрою;
- малу кількість атракційних місць і територій порівняно з туристичними потоками (наявними та перспективними)

- недостатній рівень якості надання послуг готельної та ресторанної сфери, якісних і безпечних послуг туристичного супроводу [3].

Стратегічні вектори розвитку туризму на території Яремчанщини мають бути спрямовані на:

- покращення комфорту відпочинку для туристів та якості життя для місцевих мешканців в умовах гуцульського колориту;
- підвищення впізнаваності курорту та бренду Яремчанщина серед вітчизняних та іноземних туристів;
- залучення сприятливих до навколишнього середовища інвестицій в розвиток туристичної сфери Яремчанщини;
- розширення числа та різноманіття робочих місць;
- збереження якості унікального мікроклімату й цілющого повітря та використання цих якостей в рекреаційно-туристичних цілях [3].

Список використаних джерел

1. Бойчук Б. Я., Кузик А. Д., Основні загрози екологічній безпеці ландшафтно-рекреаційного комплексу «Водоспад Пробій» у місті Яремче. *Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Екологічна безпека об'єктів туристично-рекреаційного комплексу»*. Львів : ЛДУБЖД, 2019. С. 140-141. URL: <https://tinyurl.com/43dtrw3z>
2. Стратегія розвитку туризму на території Яремчанської міської ради на період до 2027 року. Яремче, 2017. 86 с. URL: <http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2019/11/Yaremche-Tourism-Development-Strategy.pdf>
3. Філюк С., Зарічняк А., Худик Н. Сучасний стан сільського, зеленого туризму на території Яремчанської міської ради. *Готельно-ресторанний бізнес і курортна справа України : Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Готельно-ресторанний бізнес і курортна справа України» (Івано-Франківськ, 6 грудня 2022 р.)*. Івано-Франківськ : ПНУ імені Василя Стефаника. 2022. С. 408-413. URL: <https://tinyurl.com/r3bc23z6>

СЕКЦІЯ 14. ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНИЙ СУПРОВІД СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

УДК 657.1.011.56



ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ В ІТ-СФЕРІ В УКРАЇНІ СОФІЯ КАФКА, БОГДАН НАГОРНЯК

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Суб'єкти господарювання, які здійснюють діяльність в ІТ-сфері, відіграють значну роль у сучасній економіці України, значними зусиллями яких продукуються конкурентоспроможні ІТ-продукти та наповнюються бюджети різних рівнів, підвищуючи економічні та соціальні показники.

ІТ (інформаційні технології) - це те, що зараз використовує майже кожне підприємство. Посилення розвитку ІТ-сфери, особливості її оподаткування зумовлено Законом України «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні» [1], в якому визначено критерії, реєстрацію, працівників правового режиму Дія Сіті та гіг-контракти. Це саме ті нові інструменти ІТ-діяльності, що вимагають організації їх обліку та дослідження особливостей оподаткування на сучасному етапі.

Дослідження вимог ПКУ [2] та Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні» [3] дозволило встановити, що податковий режим Дія Сіті вигідний низьким податковим навантаженням та можливістю прозоро вести свою діяльність (рисунок 1).

Дія Сіті	ПКУ
	
<i>податки на заробітну плату</i>	<i>податки на заробітну плату</i>
<input type="checkbox"/> 5% ПДФО	<input type="checkbox"/> 18% ПДФО
<input type="checkbox"/> 22% ЄСВ з мін зарплати	<input type="checkbox"/> 22% ЄСВ
<input type="checkbox"/> 1,5% військовий збір	<input type="checkbox"/> 1,5% військовий збір
<input type="checkbox"/> податок на прибуток	<input type="checkbox"/> податок на прибуток
<input type="checkbox"/> 9% на виведений капітал або 18% податок на прибуток	<input type="checkbox"/> 18% податок на прибуток або
<i>дивіденди фізичній особі</i>	<input type="checkbox"/> 5% ЄП з доходу
<input type="checkbox"/> 0% ПДФО у разі виплати дивідендів раз на два роки	<input type="checkbox"/> дивіденди фізичній особі
<input type="checkbox"/> 1,5 % військовий збір	<input type="checkbox"/> 5% ПДФО + 1,5% військовий збір або
	<input type="checkbox"/> 9% ПДФО + 1,5% військовий збір

ЄСВ – єдиний соціальний внесок, ПДФО – податок на доходи фізичних осіб

Рисунок 1 Порівняння податкового режиму Дія Сіті та норм ПКУ

Отже, податковий режим Дія Сіті передбачає нижчі податкові навантаження, відповідно може бути резидентом Дія Сіті юридична особа, зареєстрована в Україні та відповідає вимогам :

1. Здійснює види діяльності з встановленого переліку (один чи декілька);
2. Середня винагорода гіг-спеціалістів та зарплати працівників не менше 1 200 євро;
3. Середньооблікова кількість працівників та гіг-спеціалістів не менше 9 ;
4. Кваліфікований дохід не менше 90 % з усього доходу. Кваліфікований дохід - це дохід від цих же видів діяльності;
5. Не підпадає під розділ «Не може бути резидентом Дія Сіті юридична особа» ст. 5, п. 2, Закону 1667 [1].

Види діяльності визначені в п. 4 ст. 5 Закону 1667, але коротко це такі:

- 1) комп'ютерне програмування, консультування з питань інформатизації, діяльність із керування комп'ютерним устаткуванням (КВЕД 62.01, 62.02, 62.03)
- 2) видання комп'ютерних ігор, а також іншого програмного забезпечення (КВЕД 58.21 та 58.29)
- 3) надання програмних продуктів, у тому числі комп'ютерних ігор, у режимі «онлайн» та надання веб-послуг із доставки програмних додатків, включаючи розповсюдження примірників (копій, екземплярів) програмного забезпечення у електронній формі, у тому числі комп'ютерних ігор, його елементів, оновлень, доповнень та розширень функціоналу (КВЕД 58.29)
- 4) освітня діяльність у галузі інформаційних технологій (заклади освіти та курси по ІТ, кібербезпека, бізнес-аналіз, системне адміністрування тощо) (КВЕД 85 розділ) та інші [1].

Особливості організації обліку ІТ-компанії полягають у спрощенні обміну первинною документацією, тому використання рахунку-інвойсу з повними реквізитами сторін, зазначення фрази щодо надання послуг і відсутності претензій, достатньо для оформлення операцій з постачання ІТ-послуг.

Для операцій зі створення програмного продукту для ІТ-компанії передбачає створення активу-готової продукції. Тому первинна документація з передачі права власності на такий актив вимагає формування накладної чи інші документи, що містять реквізити, які дозволяють ідентифікувати постачальника та отримувача.

Для обліку доходів і витрат ІТ-компанії використовують відповідно НП(С)БО 15 «Дохід» та НП(С)БО 16 «Витрати» за загальними правилами. В обліковій політиці слід зазначити спосіб визнання доходу від надання послуг, опис такого способу, перелік прямих витрат та загальновиробничих (змінних та постійних), спосіб калькулювання витрат.

Список використаних джерел

1. Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні: Закон України № 1667-IX від 15.07.2021. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1667-20#Text> (дата звернення 14.04.2023)
2. Податковий кодекс України : Закон України № 2755-VI від 02.12.2020. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення 14.04.2023)

3. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні : Закон України № 1946-IX від 14.12.21 URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1946-20#Text> (дата звернення 14.04.2023)

УДК 657

СТРОК КОРИСНОГО ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

ГАННА ЗЯБЧЕНКОВА, АННА ВЛАСЕНКО

Державний торговельно-економічний університет, Україна

Для цілей бухгалтерського обліку до основних засобів (ОЗ) відносяться матеріальні активи, очікуваний строк корисного використання яких перевищує один рік. Тобто строк корисного використання об'єкта напряму впливає на те, чи буде він обліковуватися в складі ОЗ. Але як визначається цей період, де він вказується і як нараховується амортизація?

У національному стандарті НП(С)БО 7 під строком корисного використання розуміється очікуваний період, протягом якого підприємство використовуватиме необоротні активи або вироблятиме (виконуватиме) очікувану кількість продукції (послуг) за рахунок використання необоротних активів [1].

Строк корисного використання безпосередньо впливає на амортизацію, оскільки амортизація нараховується протягом корисного використання (експлуатації) об'єкта. Відповідно, нарахування амортизації та початок строку корисного використання починається з наступного місяця, коли об'єкт став придатним для використання [1]. Національний стандарт також передбачає, що підприємства призупиняють нарахування амортизації об'єктів ОЗ під час їх реконструкції, модернізації, добудови, реконструкції та консервації [1], тому важливо вміти правильно визначати цей строк.

Найголовніше пам'ятати, що термін корисної експлуатації визначається індивідуально для кожного об'єкта ОЗ з урахуванням суб'єктивних очікувань бізнесу щодо його використання.

Щоб визначити термін корисного використання активу, краще покладатися на пункти, зазначені в МСБО 16, а не на пункт 24 НП(С)БО 7, оскільки після аналізу обох джерел можна зробити висновок, що більш повний звіт міститься в першому запропонованому джерелі, що враховує [2]:

- цільове та очікуване використання активу. Використання оцінюється на основі очікуваної потужності або фізичних характеристик активу;
- очікуваний фізичний і моральний знос, залежно від експлуатаційних факторів, таких як кількість змін, у яких використовується актив, графіки ремонту та технічного обслуговування, а також догляд і технічне обслуговування активу, коли він не використовується;
- технічне або економічне старіння, яке виникає в результаті змін і вдосконалень у виробництві або в результаті змін ринкового попиту на продукцію або послуги, вироблені за допомогою активу;

- юридичні чи подібні обмеження щодо використання активу, такі як закінчення строку оренди, пов'язаної з ним.

Істотно те, що після визначення терміну його необхідно зазначити в розпорядчому акті, у вигляді наказу чи розпорядження. Крім того, термін корисного використання зазвичай вказується в первинному документі, на підставі якого ОЗ потрапляють на баланс.

Слід також зазначити, що нещодавно Мінфін видав вимогу про те, що у разі змін очікуваних вигод від ОЗ підприємство має переглядати період використання та ліквідаційну вартість об'єкта наприкінці звітного року. Зміна строку корисного використання необхідна лише в тому випадку, якщо на момент перегляду суб'єкт господарювання змінив свої очікування щодо періоду, протягом якого використання активу принесе економічні вигоди. У разі зміни строку користування амортизацію майна необхідно нараховувати за новим періодом починаючи з місяця, наступного за місяцем, у якому прийнято таке рішення про зміну.

Важливим моментом є те, що платник має точно враховувати мінімально допустимий строк амортизації ОЗ при розрахунку податкової амортизації, на яку зменшується фінансовий результат до оподаткування згідно з п. 138.2 ПК [3].

Також, відповідно до підпункту 138.3.3 ПК [3], якщо обліковий період корисного використання менший за мінімальний допустимий податковий період, для нарахування податкової амортизації використовується мінімальний період, зазначений у цьому документі. Бухгалтерський строк використовується для податкової амортизації, коли ситуація зворотна. Якщо платник змінює в бухгалтерському обліку строк корисного використання і новий строк є не меншим за найкоротший податковий період, платник повинен нарахувати бухгалтерську та податкову амортизацію виходячи з нового періоду.

Отже, на основі всього вище наведеного впливає, що визначення строку корисного використання основних засобів дуже важливе питання, оскільки на нього впливає багато чинників. Необхідно постійно ознайомлюватися зі змінами та новими вимогами законодавства та враховувати фактор мінімально допустимого строку амортизації ОЗ, бухгалтерський і податковий строки, задля отримання достовірних результатів.

Список використаних джерел

1. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» [Електронний ресурс] // – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00#Text>.

2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 (МСБО 16). Основні засоби [Електронний ресурс] // – Режим доступу до ресурсу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_014#Text.

3. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] // – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.

ОПТИМІЗАЦІЯ ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

ГАЛИНА ЛЕЩУК

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

Оптимізація податкового навантаження ґрунтується на імплементації різноманітних методів та інструментів зменшення податкового навантаження із застосуванням відповідних податкових пільг. Загалом податкові пільги згідно чинного законодавства можуть бути застосовані як до певних галузей, видів діяльності, способів організацій бізнесу, категорій громадян так і становити застосування спрощеної системи оподаткування, сплата ПДВ за пільговою ставкою, податкові послаблення для аграрного бізнесу тощо.

Окрім цього податкова оптимізація може бути спрямована на зменшення розміру податкового зобов'язання шляхом ціленаправлених правомірних дій платника податку, що ґрунтуються на використанні всіх наданих законодавством пільг, податкових звільнень та інших законних переваг.

Визначення податкового навантаження суб'єкта господарювання повинно базуватися на низці правил та організаційно-методичних тверджень, зокрема: визначення рівня податкового навантаження доцільно проводити за допомогою відносних показників, які характеризують не тільки загальні аспекти взаємозв'язку величини сумарних податкових нарахувань з іншими фінансовими показниками, але й індивідуальні (оцінка впливу окремих видів податків, платежів та зборів); необхідно розмежовувати суми податкових зобов'язань за видами податків, враховувати приналежність податкових платежів до ідентифікації витрат або ж зобов'язань суб'єкта господарювання; оцінка рівня податкового навантаження повинна здійснюватися шляхом порівняння величини податкових платежів та прирівняних до них зборів із ключовими параметрами фінансово-господарської діяльності; ідентифікація методичного підходу та системи показників податкового аналізу повинна здійснюватися, виходячи із інформаційних потреб систем управління [1, с.131].

У період воєнного стану в Україні з об'єктивних причин загалом податкові надходження державного бюджету надзвичайно зменшились, що зумовлено скороченням/припиненням економічної активності суб'єктів господарювання та введенням з 01.04.2022 р. чималої низки податкових пільг, при цьому видатки на ведення війни значно зросли. Аналізуючи бюджети України протягом 2022-2023 рр. слід констатувати надзвичайно вагоме зростання дефіциту та зниження податкових надходжень.

Від так, з 01.04.2022 р. до кінця воєнного стану ФОП, платники єдиного податку 1-ї та 2-ї групи, мають право не сплачувати єдиний податок та не підлягає заповненню декларація за цей період. Зміни стосувались також платників єдиного податку 3-ї групи: ставка єдиного податку на період воєнного стану становитиме 2%; платники 3-ої групи звільняються від обов'язку нарахування, сплати та подання податкової звітності з ПДВ з операцій з постачання товарів, робіт та

послуг на території України. Було встановлено також можливість для ФОП та юридичних осіб обрати спрощену систему оподаткування при граничному розмірі календарного доходу не більше 10 мільярдів гривень на рік [2].

Проте, поряд із лібералізацією податкового законодавства та зменшенням податкового тиску на рівні держави суб'єктам господарювання доцільно здійснювати оптимізацію й регулювання податкового навантаження шляхом розробки власної ефективної податкової політики. Податкова політика передбачає: вибір системи оподаткування; визначення податкових пільг і можливості їх застосування на підприємстві; фінансово-господарська трансформація та диверсифікації та зміни при цьому податкового навантаження підприємства (управління товарними залишками; аутсорсинг частини основних та допоміжних бізнес-процесів; оптимізація дохідної частини та перенести частини доходів на інших юридичних або фізичних осіб – підприємців, які мають менших податковий тиск; залучення неоподатковуваних ресурсів таких як поворотні фінансові допомоги, поповнення статутного капіталу, лізинг), розробку планів податкових платежів у цілому по підприємству (планування розмірів податків, зборів та обов'язкових платежів згідно з чинними нормативами, ставками та затвердженими методиками; моделювання баз оподаткування щодо кожного окремого податку чи збору, сплачуваних підприємством); розробку податкового календаря; визначення та оцінка ефективності розробленої податкової політики й системи оподаткування підприємства [3, с. 196].

Аналізуючи надходження до державного та місцевих бюджетів протягом 2022 р. слід відмітити, що найбільшими за обсягами були: ПДФО – 130,7 млрд. грн до державного бюджету та 239,0 млрд. грн. до місцевих бюджетів; міжнародні гранти; ПДВ та податок на прибуток – 1115 млрд. грн до державного бюджету та 13,2 млрд. грн. до місцевих бюджетів. При цьому, найбільше коштів з державного та місцевих бюджетів протягом 2022 р. було скеровано на ЗСУ – 739,3 млрд. грн, пенсії – 210,3 млрд. грн. та обслуговування боргу 149,6 млрд. грн.

При цьому державний бюджет України протягом 2022 року недоотримав до 10 млрд. грн., зокрема обсяг операцій грального бізнесу за оцінками НБУ становить 180 млрд. грн. З цієї суми державний бюджет отримав лиш 1,9 млрд. грн., що становить приблизно 1%. Від так, тільки за 2022 рік держава недоотримала щонайменше 25-30 млрд. грн. податків, що відповідно зумовило на початку 2023 р. прийняття Закону України, який забороняє перебування грального бізнесу на спрощеній системі оподаткування.

Від так у 2023 році пропонується скасування 2% податку для підприємців та повернення з 1 липня фізичних і юридичних осіб 3-ої групи оподаткування до довоєнних ставок. Загалом на сплату 2% податку з березня 2022 року до січня 2023 року перейшли більше 313 тисяч підприємців, поміж яких понад 53 тисячі юридичних осіб. За підрахунками експертів, через це український бюджет у 2022 році недоотримав щонайменше 7 мільярдів гривень.

Окрім цього планується з 01.07.2023 року скасування дії низки податкових пільг:

- можливість для ФОПів та юридичних осіб бути платниками єдиного податку 3-ої групи із застосуванням ставки у 2% від доходу;

- можливість для ФОПів 1-ої і 2-ої груп не сплачувати єдиний податок;
- мораторій на проведення документальних перевірок;
- відсутність штрафних санкцій за невикористання касових апаратів (реєстраторів розрахункових операцій);
- відсутність штрафних санкцій за порушення податкового законодавства.

Отже, податкове навантаження відіграє важливу роль у системі управління підприємством особливо в умовах воєнного стану, оскільки є прямим об'єктом фінансового управління та збереження стабільності функціонування суб'єктів господарювання. Саме податкове навантаження визначає кількісну й якісну оцінку впливу податків на суб'єкт господарювання, характеризуючи при цьому можливість підприємства розширювати своє виробництво, масштабувати діяльність та максимізувати прибутки. Встановлення оптимального рівня податкового навантаження створює умови для стійкого економічного функціонування та підвищення підприємницької активності.

В умовах ведення бойових дій та запровадження воєнного стану питання оптимізації податкового навантаження на суб'єктів господарювання постає особливо гостро, оскільки значне зменшення адміністративного та податкового тиску сприяє збереженню оборотних коштів підприємств задля подолання викликів та загроз, які виникають.

Саме з цієї причини планується також на тимчасових засадах реформа єдиного податку, яка відома як ініціатива 10-10-10, з метою запровадження єдиної ставки податку 10% на доходи фізичних осіб, на прибуток підприємств і на дивіденди. Фіскальної нейтральності, яка є ключовою вимогою підтримки податкової реформи з боку Міжнародного валютного фонду, можна досягти, якщо єдиний податок розширить базу оподаткування шляхом зменшення частки неформальної економічної діяльності, яка, за оцінками, до війни становила 40-45% усієї економічної діяльності. Слід відмітити, що аналогічні зниження обсягу неформальної економічної діяльності було зафіксовано в Болгарії та Грузії після того, як у цих країнах було запроваджено власні версії реформи із запровадженням єдиного податку.

Список використаних джерел

1. Кузь В.І. Методичні підходи до аналізу податкового навантаження на основні показники діяльності суб'єкта господарювання / В.І. Кузь // Importance of Soft Skills for Life and Scientific Success: Proceedings of the 1st International Scientific and Practical Internet Conference, March 1-2, 2022. FOP Marenichenko V.V., Dnipro, Ukraine. P. 130–133.
2. Офіційний портал Державної податкової служби України. URL: <https://tr.tax.gov.ua/media-ark/local-news/print-581820.html>
3. Олійник Л.В, Матвійчук Л. Податкове навантаження вітчизняних підприємств в умовах воєнного стану: методичний аспект. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2022(3). – с. 192-198.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

УЛЯНА САВКІВ¹, ГАЛИНА СИДОР²

¹Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

²Навчально-реабілітаційний заклад вищої освіти «Кам'янець-Подільський державний інститут», Україна

Важливу роль у формуванні системи бухгалтерського обліку в державному секторі відіграє правове поле міжнародного та вітчизняного законодавства. Процес модернізації обліку та звітності в державному секторі економіки спрямований на гармонізацію її з міжнародними стандартами. Це привело до потреби зміни складу та форм фінансової звітності й розробки уніфікованого методичного та нормативно-правового забезпечення.

Звітність у бухгалтерському обліку – це узагальнена система показників, що формується з використанням даних бухгалтерського обліку та призначена для задоволення потреб користувачів інформації. Зазначимо, що звітність у державному секторі більш деталізована порівняно зі звітністю підприємств приватного сектору економіки.

Традиційно звітність розглядають як один із елементів методу бухгалтерського обліку поряд із документацією, інвентаризацією, оцінкою, калькуляцією, рахунками, подвійним записом і балансом. Розглянемо трактування цього терміна в законодавчих документах на державному та світовому рівні (рис. 1).

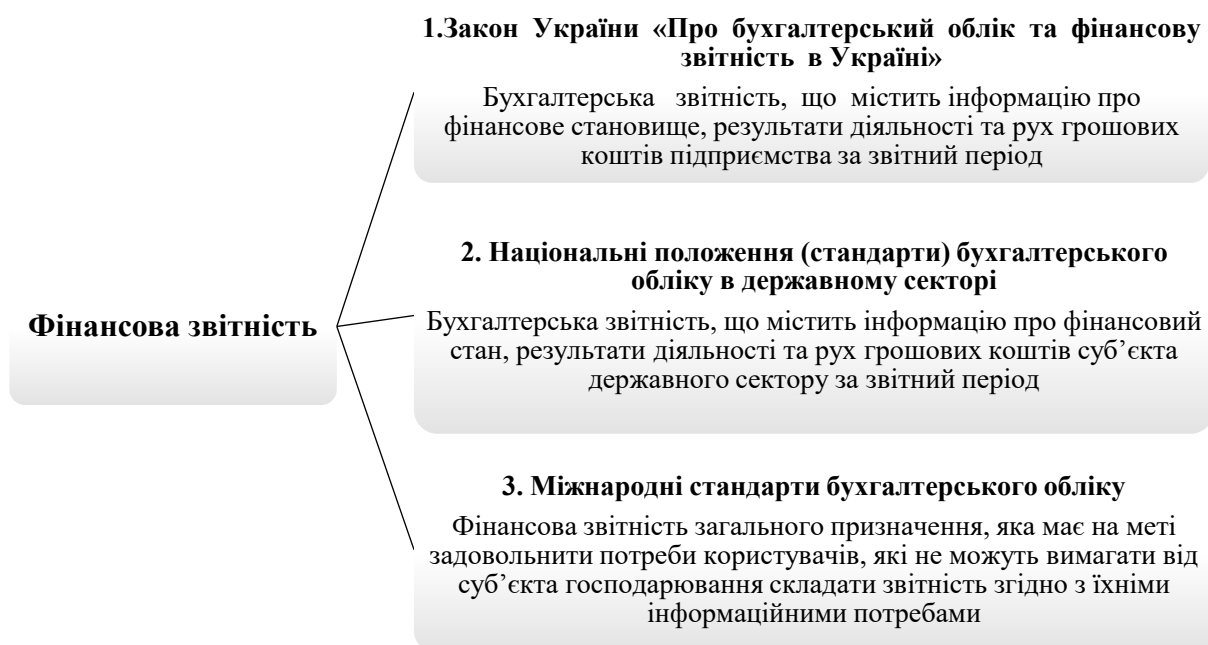


Рисунок 1 Фінансова звітність

Джерело: [3–5]

Наукове середовище об'єднало безліч поглядів на тлумачення поняття «фінансова звітність» (табл. 1).

Таблиця 1

Сутність фінансової звітності

Вчений	Тлумачення
П. Хомин [8]	Самостійна система подання даних, необхідних для інформаційного забезпечення менеджменту і в жодному разі не може вважатись складовим елементом (прийомом) бухгалтерського обліку
В. Андрієнко [1]	Система узагальнюючих показників бухгалтерського обліку, структурованих у формі звітності, які надають користувачам інформацію про фінансовий стан, результати діяльності, рух грошових коштів та зміни у власному капіталі підприємств чи організацій за звітний період для прийняття цими користувачами відповідних рішень
Т. Чупир, Н. Чебанова [9]	Документи, щомісять інформацію про фінансовий стан, результати діяльності, про рух грошових коштів підприємств та установ за звітний період
М. Пушкар [6]	Сукупність реєстрів генералізованих показників за певний період, що характеризують статистику та динаміку об'єктів бухгалтерського обліку
Ю. Івахів [2]	Фінансове звітування, що пропонує розуміти систему генерування, розкриття, поширення і використання фінансової інформації про діяльність підприємства чи організації для прийняття користувачами економічних рішень

Бухгалтерський облік державних установ має певні відмінності порівняно з обліком підприємств промислової, виробничої чи іншої сфери економічної діяльності. Основу цих відмінностей становить специфіка діяльності бюджетних установ – забезпечення культурного та соціального розвитку суспільства, а не отримання прибутку. Така особливість супроводжує облік у державному секторі на кожному з етапів його ведення, а також у період формування та подання звітності. Процес формування звітності як фінальна складова облікового процесу має чимало завдань, які базуються на згрупованій інформації щодо:

- стану розрахунків за дебіторською та кредиторською заборгованістю;
- вчасності здійснених платежів та їх повноти за перерахованими сумами;
- раціональності та доцільності здійснення видатків, а також їх відповідності у межах бюджетних призначень.

Звітність у державних установах – це своєрідний метод узагальнення планових і звітних показників, які об'єднані таким чином, що забезпечують можливість аналізу виконання кошторису в звітному періоді.

Фінансова звітність установ державного сектору – це регульована державою сукупність форм звітностей, що містять загальну інформацію про фінансовий стан, результати діяльності, рух грошових коштів суб'єкта господарювання та зміни власного капіталу за певний період, які взаємопов'язані між собою та спрямовані на задоволення конкретних інформаційних потреб внутрішніх і зовнішніх користувачів, а також у звітності бюджетних установ потрібно чітко

відображати інформацію щодо фінансування та напрямків використання державних коштів.

У процесі формування звітності важливо забезпечити якість та уніфікацію показників звітності відповідно до облікових процесів. З метою удосконалення звітності відповідно до єдиних стандартів розроблено вимоги до методики її складання, що відображаються в Національних положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку в державному секторі [2].

Загалом мета складання фінансової звітності – це надання повної та неупередженої інформації для користувачів. Бюджетна звітність забезпечує споживачів інформації даними про фінансовий стан установи, його зміни в структурі та динаміці; джерела фінансування діяльності; використання коштів за напрямками економічної класифікації видатків та відповідно до кошторису; рівень достатності фінансування; стан розрахунків з бюджетом, з кредиторами та дебіторами, їх планування; результати діяльності установи за ефективністю та метою діяльності; дотримання цільового використання бюджетних коштів.

Як для внутрішніх користувачів, так і для зовнішніх фінансова звітність – це основа інформаційного забезпечення. Фінансова звітність державного сектору презентує результати того, як управлінський персонал розпоряджається наявними ресурсами та асигнуваннями з бюджетів різних рівнів. За результатами аналізу фінансової звітності бюджетних установ на місцевих та державному рівні можна сформулювати висновки щодо інвестиційної привабливості сфер економіки України.

Отже, за своїм призначенням фінансова звітність – це інформаційний ресурс та основний первинний носій важливої облікової інформації для користувачів, що використовується для прогнозування сценаріїв розвитку діяльності суб'єктів господарювання й прийняття оптимальних управлінських рішень.

Список використаних джерел

1. Андрієнко В. Поняття та склад фінансової звітності в умовах гармонізації бухгалтерського обліку. *Наука молода*. 2008. № 9. С. 153–157.
2. Івахів Ю. Фінансове звітування як система розкриття інформації. *Економіка*. 2011. № 5 (112). С.37–42.
3. Міжнародні стандарти фінансової звітності 1 (МСБО 1) «Подання фінансової звітності». URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_013 (дата звернення: 08.05.2022).
4. Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку в державному секторі 101 «Подання фінансової звітності» URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0095-11#> (дата звернення : 08.05.2022).
5. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16 лип. 1999 р. № 996-XIV. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#> (дата звернення : 08.05.2022).
6. Пушкар М. С. Фінансовий облік : підруч. Тернопіль : Карт-бланш, 2002. 628с.
7. Сидор Г. В., Савків У. С. Організаційне забезпечення інформаційних процесів управління підприємством. Стратегічні пріоритети розвитку

підприємництва, торгівлі та біржової діяльності : матер. II Міжнар. наук.-практ. конф., (м. Запоріжжя, 11–12 трав. 2022 р.). Запоріжжя, 2022. С. 260–263.

8. Хомин П. Я. Формування звітності в підсистемах фінансового, управлінського й податкового обліку : монографія. Тернопіль : *Економічна думка*, 2004. 287с.

9. Чебанова Н. В., Чупир Т. Я., Василенко Ю. А. Фінансова звітність підприємств : Харків : Фактор, 2006. 444с.

УДК 658.6

СИСТЕМА ДЕФІНІЦІЙ В УПРАВЛІННІ ТОВАРАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ТЕТЯНА САВЧУК, ПЕТРО ЛАВРЕНЮК

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
Україна*

В епоху 21 століття коли популяція людського населення на землі постійно збільшується, це стає чинником розвитку різних галузей науки, економіки та технологій. Приріст населення потребує для забезпечення своєї життєдіяльності більшого набору товарів та послуг, що потребує розширення їх виробництва.

Під товарами загалом, ми маємо на увазі “благо” яке було зроблено або добуто під час людської діяльності для задоволення своїх фізичних або духовних потреб. З економічної точки зору для великої кількості підприємств це є метою основної діяльності. Одержання чи виготовлення товарів є важливою частиною циклу їхнього обігу і невід’ємною частиною їхньої операційної діяльності. Кругообіг товарів забезпечують функціонування не тільки виробничих підприємств, але і неприбуткових підприємств, організацій або державних установ.

Необхідно чітко розмежовувати “продукт”, створений під час звичайної діяльності і призначений для подальшої переробки чи використання в іншій діяльності та “товар” як кінцевий готовий результат діяльності призначений для споживання.

З точки зору відображення в обліку розрізняють готову продукцію, як результат власної діяльності підприємства, і товар, як придбаний повністю готовий результат діяльності іншого підприємства.

Товарам притаманні певні ознаки та властивості.

Властивості товару відображають можливі особливості об’єкту та способи його використання. Знаючи наперед всі особливості товару, можна його використати з максимальною ефективністю.

Одна з основних економічних властивостей товару полягає в тому, що його вартість постійно змінюється. При цьому не слід ототожнювати вартість і ціну товару. Ціна є тільки виміром вартості товару на певний момент часу. На вартість товару впливає ряд чинників та явищ. Насамперед, це попит та пропозиція на ринку на цей товар. Вони впливають на формування ринкової оцінки вартості

через урівноваження попиту і пропозиції. При зміні рівня як попиту так і пропозиції ця рівновага може змінюватись в будь якому напрямку залежно від ситуації. Зміна ринкової рівноваги зумовлює зміну ринкової вартості товару. Ще одним чинником вимірювання вартості є конкуренція. Коли з'являється новий гравець на ринку з більш удосконалений схожим продуктом, це може викликати необхідність зменшення ціни товару, аби не втратити свою частину ринку. Вартість товару може дещо зменшуватись внаслідок різних пошкоджень, поломок, або ж взагалі ставати нульовою у випадку непридатності подальшого використання такого товару.

Друга економічна властивість товару – це можливість обміну на інший товар або послугу. Ця властивість присутня, якщо можна точно визначити вартість товару або коли інша сторона висуває свої умови для обміну. Такий обмін, як правило, здійснюється на основі урівноваження вартостей обох товарів, якими обмінюються учасники обміну.

Третя властивість це можливість оцінювання якості товару. Застосовується під час процесу виготовлення продукту або його отриманні. Здебільшого більш якісним товарам притаманна більша вартість.

Четверта властивість - це здатність товару до використання в підприємницьких цілях. Наприклад тубик клею може бути використаний адміністративним персоналом для виконання власних різних завдань або ж його можна продати у магазині як товар, призначений для перепродажу.

Ознаки товару теж відіграють важливу роль оскільки вони необхідні для класифікації товару на групи. До ознак товарів відносяться:

- кількість разів використання: одноразовість чи багаторазовість. Ці ознаки свідчать про те, скільки разів можна спожити або використати об'єкт незалежно від часу та моменту придбання товару.

- за терміном використання: коротко та довготривалість використання. Здебільшого використовується для охарактеризування товарів з пасивним способом використання. Наприклад лампочка з терміном використання рік.

- за призначенням: для споживання чи використання (експлуатації). Дані ознаки необхідні для того, аби відокремити, наприклад, харчові продукти від предметів побуту.

- за ціною: поширенні (звичайні), рідкісні, престижні та предмети розкоші. Необхідні аби показати рівень якості та частоту поширення даних товарів, а також як вимірник розкоші і престижу.

Таким чином, визначившись з основним ознаками і властивостями підприємство має можливість управляти збутом своїх товарів з метою кращого їх просування до споживачів.

Список використаних джерел

1. Микитенко Н. Товарні категорії в системі управління торговельним процесом. *Вісник КНТЕУ*. 2019. № 5. С. 48-58. URL: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2019/05/7.pdf>. (дата звернення 20.04.2023)

2. Штефаніч Д., Дячун О. Управління продажем, його функції та об'єктна орієнтація. *Вісник ТНЕУ*. 2016. № 2. С. 124-132. URL:

УДК 658.8:339.1

БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНТРОЛЮ ВИТРАТ НА ЗБУТ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ

ГАННА ЧМІЛЬ, НАТАЛІЯ КАЩЕНА, ІРИНА НЕСТЕРЕНКО

Державний біотехнологічний університет, Україна

Дієвим механізмом в організації контролю за витратами на просування та продаж товарів і послуг є процес бюджетування, який відіграє значиму роль як у контексті належного виконання маркетингових функцій підприємства у досягненні стратегічних цілей розвитку його діяльності, так і підвищення економічного ефекту від кожного маркетингового заходу через оцінку розподілу та використання матеріальних та фінансових ресурсів. Проблемним та дискусійним питанням з організації контролю за витратами на збут інноваційної продукції присвячено значну кількість наукових робіт зарубіжних та вітчизняних авторів, оскільки контроль є однією з основних функцій системи управління. Так, організація контролю на вітчизняних підприємствах передбачає використання інструментів процесу бюджетування, тому привертають увагу наукові дослідження щодо напрямів імплементації технологій бюджетування в систему контролю діяльності суб'єктів бізнесу, та зокрема, за витратами просування та продаж інноваційної продукції та послуг [1, с. 93].

Застосування інструментів бюджетування в мінливих умовах існування промислового ринку надає можливість досягти: поліпшення оперативного управління, зокрема збалансованості надходжень і витрачання ресурсів підприємства; зростання продажу та оптимізації витрат за рахунок маневрування ресурсами підприємства; поліпшення управління борговими зобов'язаннями та інвестиціями; створення надійної бази для оцінювання ефективності роботи кожного з підрозділів підприємства, а також його фінансового стану в цілому; швидкого реагування на зміни у зовнішньому середовищі [2].

Бюджети складаються в розрізі статей витрат на просування та продаж товарів і послуг за умов нормального використання виробничих потужностей, специфіки виробництва інноваційної продукції, цифрових можливостей. При цьому, витрати на збут визнаються за всіма процесами господарської діяльності промислового підприємства за умов використання ресурсів на дослідження промислового ринку, підтримку іміджу підприємства, рекламну діяльність, то об'єктами контролю за даним напрямом стають процес постачання, виробництва інноваційної (або модифікованої) продукції, збуту, управління, а також матеріальні, фінансові та трудові ресурси. Організація контролю витрат на просування та продаж товарів і послуг за вказаними об'єктами надає можливість розробити заходи щодо економічного та ефективного використання всіх видів ресурсів, попередження ризиків. Суб'єктами внутрішнього контролю витрат має

бути управлінський персонал (керівник, головний бухгалтер, аналітик, фінансист) або особи, яким доручено здійснювати контроль від імені управлінського персоналу [3, с. 167]. Достовірність та достатність інформації – запорука проведення якісного контролю у визначений бюджет часу та прийняття правильних управлінських рішень щодо оптимізації використання ресурсів в процесі маркетингових досліджень.

Контроль за витратами на просування та продаж товарів і послуг передбачає використання обліково-інформаційного забезпечення, що визначається як процес задоволення інформаційних запитів, який складається з безперервної підготовки і надання інформації (облікової, командно-розпорядчої, інформації зовнішнього середовища) особам, що приймають рішення [4, с. 38]. Для проведення контролю використовують нормативно-законодавчі акти, внутрішні організаційні регламенти промислового підприємства, аналітичні групування маркетингових витрат, первинні документи (накладна, вимога-накладна, акти виконаних робіт (послуг), подорожній лист вантажного автомобіля, Звіт про використання коштів, виданих на відрядження або під звіт тощо), дані аналітичного обліку, управлінські відомості та звіти, звіт про сукупний дохід (Звіт про фінансові результати). Також в процесі контролю можуть бути використані акти перевірки інших суб'єктів контролю, інформація щодо аналізу оціночних показників та зроблені висновки, звіти попереднього контролю витрат, аудиторські висновки. Джерелами контролю стають нормативні або планові показники, кошториси, інформація комплексного вивчення промислового ринку.

Організація контролю на збут інноваційної продукції повинна здійснюватися відповідно до розробленого плану, програми перевірки та розподілу робіт між виконавцями. На етапі планування визначається перелік форм для проведення контролю та їх розробка (макети таблиць для аналізу витрат на просування та продаж товарів і послуг, проекти бюджетів, відомості аналізу відхилень, звіти про виконання бюджетів), види робіт, час виконання контрольних процедур. Організація контролю базується на проведенні аналізу отриманої інформації про маркетингові витрати, яка перевіряється на предмет достовірності та законності проведеної операції в ході маркетингової діяльності. В межах організації контролю маркетингових витрат промислового підприємства необхідно здійснювати аналіз динаміки та структури витрат, відносної економії (перевитрати) ресурсів в межах релевантного діапазону, досягнення встановлених узагальнюючих та часткових показників за критеріями економічності, продуктивності в частині інноваційної продукції та результативності, аналіз промислового ринку, попиту, конкуренції, аналіз витрат на освоєння нових видів продукції.

В системі контролю використовуються розроблені кошториси витрат та призначені для складання звітів виконання бюджетів. Контроль витрат на просування та продаж товарів і послуг відбувається шляхом аналізу відхилень фактичних даних від даних за кошторисом (із визначенням сприятливих чи несприятливих відхилень) або від показників накреслених цілей. Пропонуємо відповідно до маркетингового заходу або операцій за процесами постачання, виробництва та реалізації складати: звіт виконання бюджету витрат

на просування та продаж товарів і послуг, звіт виконання бюджету витрат на виробництво інноваційної продукції, звіт виконання бюджету витрат на рекламу та просування продукції, звіт виконання бюджету витрат на гарантійне обслуговування. Отримана інформація з цих звітів дозволяє забезпечити зворотний зв'язок, встановити причини відхилень, розробити заходи стосовно їх усунення за кожним маркетинговим заходом або мінімізувати несприятливий вплив на результат. Враховуючи нестабільну ситуацію на ринку B2B необхідно вносити відповідні коригування до бюджетів витрат на просування та продаж товарів і послуг.

Таким чином, контроль за витратами на збут інноваційної продукції є одним із значимих елементів системи управління діяльністю підприємством, результативність якого залежить від правильності постановки цілей та його організації з урахуванням характерних ознак витрат на просування та продаж товарів і послуг, впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища на проведення маркетингових досліджень та заходів. Проведені дослідження свідчать про те, що для обґрунтування господарських рішень щодо підвищення економічності та продуктивності витрат на просування та продаж товарів і послуг необхідно дотримуватися послідовного виконання ряду інформаційних та контрольних-аналітичних процедур, які передбачені розробленою організаційною моделлю контролю за витратами на просування та продаж товарів і послуг. Доведено, що дієвість контрольних процедур стосовно витрат на просування та продаж товарів і послуг посилюється завдяки використанню інструментарію процесу бюджетування, зокрема, аналізу відхилень ідентифікованих фактичних витрат від встановлених показників згідно розробленому кошторису на основі запропонованих звітів виконання бюджету витрат на просування та продаж товарів і послуг. У разі виявлення несприятливих відхилень, непередбачуваних маркетингових витрат, тенденцій змін узагальнюючих або часткових показників, які зможуть спричинити негативні наслідки, контролерам необхідно реагувати на такі явища шляхом розробки заходів щодо їх усунення та стабілізації економічної ситуації в ході здійснення маркетингових заходів.

Список використаних джерел

1. Нестеренко І.В., Чміль Є. Л. Моделювання облікової політики в контексті забезпечення інноваційного розвитку підприємства. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2022. Вип. 1(01). С. 92–99. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.1-15>
2. Птащенко Л.О., Великожон А.О. Проблеми організації процесу бюджетування в системі фінансового управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2018. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6723>
3. Чміль Г.Л., Кашена Н.Б., Нестеренко І.В. Розбудова системи контролю витрат на просування та продаж товарів і послуг. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип. 68. С. 163–169. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastructure68-29>
4. Головацька С.І., Сашко О.П. Внутрішній контроль витрат підприємства: організаційно-методичні аспекти. *Молодий вчений*. 2016. № 5. С. 36–40.

АНАЛІЗ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ ТА ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ

ТЕТЯНА САВЧУК, БОГДАНА ЗЕЛИК

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
Україна*

З кожним днем все більше розвивається автоматизація бухгалтерського обліку навіть для найменших підприємств та ФОПів. Пандемія COVID-19 та запровадження воєнного стану в Україні значно пришвидшили ці процеси. Прагнення дистанційно, вчасно та якісно зробити свою роботу трохи видозмінило установлену раніше парадигму не тільки у бухгалтерії, а й інших сферах.

У результаті цієї автоматизації система електронного документообігу (СЕД) на підприємствах стає такою ж буденністю, як і система автоматизації бухгалтерського обліку – передача частини функцій бухгалтера техніці задля підвищення ефективності.

Електронний документообіг — це сукупність процесів створення, обробки, погодження, надсилання, отримання, а також зберігання електронних документів, що здійснюється у цифровому форматі. Електронний документообіг з'явився із поширенням комп'ютерів як більш вигідна економічна й екологічна альтернатива паперовому.

На сьогодні в умовах війни найбільшою проблемою в цій сфері є те, що в Україні все ще є компанії які використовують програмне забезпечення та СЕД російського походження. У березні 2022 року Опендатабот та Netpeak створили перелік програмного забезпечення російського походження, у якому вказано що бізнес активно використовує 44 таких продукти. Серед яких є : 1С, BAS, UA-Бюджет, Комплексні бюджетні системи, Ельба, Мой Склад, Моє дело тощо[1].

На цю тему вже багато говорять, привертають увагу суспільства, але цього недостатньо. За рік війни ситуація не покращилась. На жаль, навіть зараз, підприємства, які вперше переходять на застосування бухгалтерського програмного забезпечення чи СЕД, свідомо віддають перевагу цим програмам, не задумуючись над їх походженням. Свій вчинок вони намагаються по різному аргументувати чи виправдати. Наприклад, що в це програмне забезпечення у них використовується вже давно, тепер тільки до нього підключають інші відділи, що даний розробник юридично український та що це їм фінансово вигідніше, ніж повністю переходити на нове і т.д.

Ще від квітня 2016 року підписано указ про введення санкцій стосовно деяких російських компаній, окрема 1С, ПАРУС, Меркурій тощо. Відповідно до цього указу жодне державне українське підприємство немає права далі користуватися цими продуктами. У приватних підприємств залишалась можливість користуватись до закінчення оплаченого терміну.

Найпоширенішим бухгалтерським програмним забезпеченням довгий час є і залишається російська програма 1С: Бухгалтерія. З метою уникнення санкцій її сучасні версії реалізуються в Україні під брендом ВAF/BAS. Уже першого дня

повномасштабного вторгнення росії в Україну, 24 лютого, в українських користувачів «1С» «злетіла» ліцензія. Але це програмне забезпечення продовжує широко використовуватись в Україні

Указом Президента України від 15.04.2023 р. №227/2023 введено в дію рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 квітня 2023 року «Про застосування та внесення змін до персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)» [2], згідно якого обмеження введені на 10 років і передбачають блокування активів, повне припинення торгових операцій та запобігання виведення капіталів за межі України. Це унеможливить офіційне оновлення бухгалтерського програмного забезпечення, без чого згодом ці програми перестануть правильно працювати, може статись витік інформації чи видалення аналітичної інформації. Крім того, не слід забувати, що кожна гривня, сплачена за російський продукт, йде на підтримку злочинних дій країни-агресора.

В Україні ж щодня з'являються нові бухгалтерські розробки, удосконалення, випускаються оновлені версії, покращуються інтерфейси. Поряд із іноземними популярними програмами постають якісні українські аналоги, що дозволяють працювати швидко, без зависань, з можливістю надсилання звітності до контролюючих органів онлайн. На вітчизняному ринку серед найвідоміших є сервіси М.Е.ДОС, MASTER:Бухгалтерія, BOOKKEEPER, Дебет Плюс, А5 тощо.

До прикладу, сервіс електронного документообігу «Вчасно» забезпечує обмін документами між контрагентами та частково внутрішній електронний обіг документів. Він дуже зручний через постійний доступ до документів та швидкий їх пошук, простий інтерфейс, індивідуальні дозволи для кожного співробітника, перевірка документів антивірусом та внутрішнє погодження.

Потрібно розуміти, що наразі немає повноцінного українського аналогу 1С за всіма параметрами і був би настільки ж популярним. Але на нашу думку, це питання часу. Основне завдання – це бажання українського бізнесу свідомо відмовитись від програмного забезпечення походженням з країни-агресора. Це дозволить як краще розвивати український функціонал, так і сприятиме національній і корпоративній безпеці.

Список використаних джерел

1. Оpendатабот та Netpeak створили перелік програмного забезпечення російського походження. *Опендатабот*: веб-сайт. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/russian-software> (дата звернення: 20.04.2023).

2. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 квітня 2023 року «Про застосування та внесення змін до персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)»: Указ Президента України від 15 квіт. 2023 р. N 227/2023. URL: <http://surl.li/gnply> (дата звернення 20.04.2023)

CALCULATION METHODS OF THE PROMOTION BUDGET

YULIIA ZYMBALEVSKA

Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

One of the most difficult marketing questions facing the company - how much money to allocate for product promotion. The amounts spent by companies and entire industries vary quite significantly. Let's consider four most common methods of calculating the promotion budget.

The method of calculating the promotion budget «from available funds», that is, using the «ceiling» rule: companies allocate an amount that they can afford in their own opinion. First, the total income is calculated, from which current expenses and capital expenses are subtracted, and then some amount is allocated for advertising from the balance. This method completely ignores the impact of promotional activities on sales volume. Of all the company's expenses, advertising costs have the lowest priority, even when advertising is a decisive factor in the company's success. This leads to an uncertain annual budget for promotion expenses, making it difficult to plan long-term marketing activities. Therefore, this method of calculating the budget sometimes leads to overestimated costs for advertising, but more often they turn out to be understated [2].

The method of calculating the promotion budget as a % of the sales amount, that is, drawing up the promotion budget in a certain percentage ratio to the current or expected revenue or to the selling price of the product. Compared to the previous one, this method has a number of advantages. It is easy to use and reflects the relationship between the costs of promotion, the selling price of the product and the amount of profit per unit of the product. Also, this method supports competitive stability, since competing firms spend approximately the same percentage of their sales on promotion. But, despite all the advantages, this method has many disadvantages. He sees sales as a prerequisite for promotion, not as an outcome. Finally, the choice of a specific percentage share is arbitrary and is not justified by any objective considerations, except for the past experience of the firm or the amount of similar costs of competing firms.

The method of calculating the promotion budget based on competitive parity. The company sets the size of its incentive budget at the level of the corresponding costs of competitors. Tracking competitors' advertising, or estimating average advertising costs in your industry, using various printed sources or summaries of professional organizations and planning your budget based on average costs. Two arguments can be given in support of this method. First, the level of costs of competitors reflects the point of view of most companies in the industry. Secondly, it is believed that the same level of costs allows to avoid sharp competition in the field of promotion. But not one of these arguments is not convincing enough. There is no reason to believe that competitors are able to estimate the required amount of company costs better than the company itself.

The method of calculating the promotion budget based on goals and objectives is the most logical method of calculating the advertising company's budget, since the

company sets the budget based on what it wants to achieve with the help of promotion. This method includes: development of specific promotion goals; determination of the tasks that should be performed to achieve these goals; estimate the costs of performing these tasks. The amount of these costs will make up the promotion budget.

Low-budget marketing is the desire of almost every entrepreneur. Currently, not everyone is used to allocating funds for marketing, and there is distrust of how the money spent on promotion will be returned. Promotional methods and measures to increase sales and brand awareness with little or no funds include:

1. Barter. Share a mutual benefit with your partner.
2. Exhibitions. Prepare the best for your partners and target audience and present on the common territory.
3. Internal measures. They mean your personal activities for your target audience, for your potential customers. Create some useful event for your customers [1; 2].
4. External measures. Many people forget about useful informal gatherings in the form of various clubs, communities, and so on.
5. Press releases. Publish interesting news from inside your company.
6. Publications. The same, only these are more meaningful articles in the press.
7. Cases. Write stories according to the formula «Problem - Solution - Result».
8. Reviews. Ideally, the company should collect them from the beginning of its existence, because it brings trust from other customers, carries with it a positive reputation. This is especially true for reviews left by your famous customers.
9. Word of mouth radio. Engage the public in discussing your company or product. The subject of the conversation should be something funny, sad, interesting, impressive.
10. Free consultations, demonstrations, samples.
11. Atmosphere and decoration of the client office / service hall.
12. Gift certificates, loyalty programs.
13. Cross-marketing promotions with partners. Organize joint actions with your colleagues.
14. Contests, quizzes.
15. Team up with your partners. Answer their questions, give them an opportunity to express their opinion, make connections in every way [2].

Of course, all these methods of low-cost marketing do not require a lot of money, but require the investment of other resources - time, strength, patience, energy, imagination and your knowledge. It is recommended not to scatter all of the described methods of promotion - try each of them in turn, see - which one works best for you, brings the most customers? Focus on a few that are most optimal for you in terms of time and effort/number of concluded deals. Promote and sell not the company and products, but the emotion and «result» of using the services and contacting the company.

References

1. Social Network Marketing Expands Sphere [Electronic resource]. - Access mode: <http://www.emarketer.com/Article.aspx?R=1007252>
2. 7 free and low-budget ways of business promotion: [Electronic resource]. – Access mode: <https://tema.marketing/seoblog/7-besplatnyh-i-malobyudzhetyh-sposobov-prodvizheniya-biznesa/>

КАЙДЗЕН-КОСТИНГ ЯК МЕТОД ЦІНОУТВОРЕННЯ І ОБЛІКУ ВИТРАТ ІННА АХНОВСЬКА, АМАЛІЯ ЕЛЬХАДДАД

Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна

Ефективне управління ціноутворенням та витратами має велику актуальність в сучасному світі, оскільки ціни та витрати є важливими показниками економічної діяльності підприємств. Від правильного ціноутворення залежить дохідність бізнесу та його конкурентоспроможність на ринку, а від обліку витрат залежить здатність підприємства досягти ефективності в управлінні власними ресурсами.

Проблема ціноутворення та обліку витрат полягає в тому, що багато компаній зустрічаються з труднощами визначенням оптимального рівня цін та правильним обліком витрат. Недостатній аналіз ринкових умов, невірний підбір стратегій ціноутворення, помилкова оцінка витрат та неправильний облік можуть призвести до збитків, зниження прибутковості та втрати конкурентоспроможності компанії на ринку. Крім того, змінні умови господарювання, швидка зміна технологій та постійне зростання конкуренції ускладнюють процес ціноутворення та обліку витрат.

Тому планування витрат та ціноутворення за різними методами має велику актуальність у сучасному бізнесі. Знання різних методів ціноутворення та обліку витрат дозволить бізнесу знайти оптимальний підхід до встановлення цін на продукцію та ефективного управління витратами. Крім того, вивчення цієї теми допоможе бізнесу зрозуміти, як впливає вартість продукту на його конкурентоспроможність та як ефективно управляти витратами, щоб досягти максимального прибутку.

Дослідженнями проблематики управління витратами на підприємстві займалися такі відомі економісти, як: П. Атамас, Т. Єгоркіна, Ф. Бутинець, С. Брю, К. Друри, Р. Коуз, К. Макконелл, Е. Хайнек, Г. Фандель, М. Карпунин, Г. Савицька, І. Бланк, Г. Козаченко, Ю. Погорелов, Г. Кірейцев, М. Пушкар.

Метою роботи є аналіз та порівняння різних методів ціноутворення та обліку витрат, застосування методу кайдзен-костингу з метою збільшення ефективності управління витратами та ціноутворення.

Ціноутворення і облік витрат на підприємстві є важливими елементами фінансового менеджменту, які дозволяють ефективно вести ділову діяльність, досягати прибутковості та забезпечувати конкурентоспроможність на ринку.

Основна мета ціноутворення - визначення оптимальної ціни продукції або послуги, яка забезпечить прибутковість підприємства і його конкурентоспроможність на ринку. Ціноутворення включає аналіз різних факторів, таких як витрати на виробництво, ринкові умови, конкуренція, вимоги споживачів, стратегії підприємства.

Облік витрат на підприємстві включає систематичний облік всіх витрат, пов'язаних з виробництвом або наданням послуг, їх класифікацію, розподіл на різні види діяльності, аналіз та контроль витрат. Це допомагає підприємствам визначати реальну вартість виробництва, здійснювати ефективний контроль за

витратами, а також приймати обґрунтовані рішення щодо оптимізації витрат та вдосконалення виробничих процесів.

Ціноутворення і облік витрат взаємодіють між собою, дозволяючи підприємствам встановлювати оптимальні ціни на свою продукцію або послуги. Для ефективної взаємодії цих процесів використовуються різні методи, які дозволяють досягти кращих результатів від діяльності підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення методів управління [1-2]

Метод	Характеристика
Таргет-костинг	Встановлення ціни на основі бажаної прибутковості та вартості, що дозволяє досягнути певного рівня прибутку. Використовується для визначення максимально припустимих витрат на продукцію або послуги.
Кайдзен-костинг	Визначення та зниження витрат шляхом постійного вдосконалення процесів виробництва та залучення співробітників до процесу зниження витрат. Використовується для досягнення постійного покращення ефективності виробництва.
Гоал-костинг	Встановлення мети при визначенні ціни на продукцію або послуги. Використовується для досягнення певних фінансових цілей підприємства шляхом контролю витрат.
Абзорпшен-костинг	Розподіл витрат на продукцію або послуги між різними виробничими підрозділами або продуктовими лініями з метою визначення вартості. Використовується для врахування загальних витрат при визначенні цін.
Директ-костинг	Врахування тільки прямих витрат при встановленні цін на продукцію або послуги, таких як витрати на сировину, працю та виробництво. Використовується для простого визначення витрат та встановлення цін на основі прямих витрат.

Ці методи управління витратами можуть бути використані підприємствами залежно від їх потреб, галузі діяльності та стратегії розвитку. Кожен метод має свої переваги та обмеження, тому важливо обрати той, який найкраще відповідає конкретним вимогам та особливостям підприємства. Однак, кайдзен-костинг має деякі ключові переваги порівняно з іншими запропонованими методами, такі як:

1. Інтеграція з культурою покращення. Кайдзен-костинг сприяє створенню культури постійного покращення на всіх рівнях організації. Він підтримує залученість співробітників до процесу вдосконалення та стимулює їхню активну участь в зниженні витрат.

2. Гнучкість та адаптивність. Кайдзен-костинг може бути застосований в різних виробничих середовищах та галузях діяльності. Він може бути адаптований до потреб та особливостей підприємства, дозволяючи впроваджувати зміни поетапно та виправляти виявлені проблеми на ранніх етапах.

3. Виділення головних причин витрат. Кайдзен-костинг допомагає виявляти головні причини витрат та зосереджуватись на їхньому усуненні. Він дозволяє ретельно аналізувати виробничі процеси та визначати потенційні джерела витрат з метою їхнього ефективного зниження.

4. Врахування всіх аспектів виробництва. Кайдзен-костинг враховує всі аспекти виробництва, включаючи як прямі, так і опосередковані витрати, технічні

та організаційні аспекти. Він дозволяє глибоко аналізувати всі складові витрат та розробляти комплексні рішення для їх оптимізації.

5. Довготривалі результати. Кайдзен-костинг спрямований на досягнення постійних результатів у зниженні витрат. Він використовується як система управління виробництвом, що забезпечує сталість вдосконалення та досягнення тривалих результатів. Це допомагає підприємствам забезпечувати ефективність виробничих процесів на довгий термін та постійно знижувати витрати.

Отже, можна зробити висновок, що метод кайдзен-костингу є ефективним підходом до управління виробництвом, який сприяє вдосконаленню виробничих процесів, зниженню витрат та створенню культури постійного покращення. Він має значні переваги порівняно з іншими методами, тому є найкращим варіантом для застосування на підприємстві.

Список використаних джерел

1. Данило А.І., Йолтуховська О.Ю. Методика калькулювання собівартості на основі систем таргет-костингу та кайдзен-костингу. Збірник наукових статей випускників з фаху «Облік і оподаткування». 2021. №11. С. 35-42. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/38804/1/Данило%20%20МЕТОДИКА%20КАЛЬКУЛЮВАННЯ%20СОБІВАРТОСТІ.pdf> (дата звернення: 17.04.2023).

2. Масаакі Імаї. Кайдзен. Ключ до успіху японських компаній. 2018. С. 274 (дата звернення: 17.04.2023).

3. Шевченко Д., Кошельок Г. Кайдзен-костинг як сучасний метод управління витратами підприємства. Інноваційний розвиток та безпека підприємств в умовах неоіндустріального суспільства. 2020. С. 302-304. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/18854/1/302-304.pdf> (дата звернення: 18.04.2023).

4. Давидюк Т.В., Котляр Д.С. Управління прибутком підприємств через систему обліку. *Economic Journal Odessa Polytechnic University*. 2021. №4. С. 31-37. URL: <https://economics.net.ua/ejopu/2021/No4/31.pdf> (дата звернення: 18.04.2023).

УДК 657.1

ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ТЕТЯНА САВЧУК, НАДІЯ НАКЛАДЮК

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
Україна*

Основні засоби є важливим об'єктом обліку. Від раціональної і ефективної організації внутрішнього контролю основних засобів на підприємстві значною мірою залежить ефективність управління, а також досягнення поставлених підприємством цілей сталого розвитку.

Внутрішній контроль – це сукупність процесів та методів, які використовують для упорядкування та ефективного здійснення господарської

діяльності підприємства шляхом своєчасного виявлення недоліків і помилок в господарюванні та усунення причин їх виникнення.

Ефективна система внутрішнього контролю основних засобів включає: аналіз основних засобів підприємства за минулий період; аналіз структури та стану основних засобів; контроль за формуванням амортизаційної політики підприємства; контроль за своєчасним оновленням основних засобів підприємства; контроль за використанням основних засобів підприємства; внутрішній контроль використання основних засобів [1].

Метою такого контролю є встановлення достовірних бухгалтерських даних і відображення наявності та руху основних засобів, а також забезпечення їх збереження та ефективного використання.

До об'єктів внутрішньогосподарського контролю основних засобів належать: збереження власних і орендованих основних засобів; стан техніко-експлуатаційної дисципліни за операціями з основними засобами; стан бухгалтерського обліку та звітності за операціями з придбання, руху, використання основних засобів [2].

Суб'єктами внутрішньогосподарського контролю є особи, групи осіб, відділи, служби тощо, які здійснюють контрольні дії по відношенню до об'єктів внутрішньогосподарського контролю відповідно до прав та обов'язків передбачених посадовими інструкціями та положеннями [3].

Основними джерелами інформації для контролю основних засобів є:

- інформація за договорами купівлі-продажу об'єктів, договорами на капітальне будівництво, архітектурно-технічними паспортами, розрахунками кошторисами, актами прийому-передачі, актами на списання, картками (книгами, відомостями) інвентарного обліку, розрахунками нарахування амортизації;

- записи в облікових регістрах за рахунками 10 «Основні засоби», 13 «Знос (амортизація) необоротних активів», 15 «Капітальні інвестиції», Журнал 4, відомості аналітичного обліку № 4.1, 4.2, 4.3;

- інформація форм фінансової звітності:

- Баланс (Звіт про фінансовий стан) (ф. № 1);

- Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) (ф. № 2);

- Звіт про власний капітал (ф. № 4);

- Примітки до річної фінансової звітності (ф. № 5).

Виділяють такі основні прийоми та методи контролю основних засобів: прийом документального контролю; прийом фактичного контролю; розрахунково-аналітичні методи контролю.

Ефективність внутрішнього контролю в значній мірі залежить від рівня автоматизації обліку.

Можна виділити наступні задачі автоматизації обліку основних засобів:

- облік і контроль об'єктів основних засобів за місцями зберігання та класифікаційними групами;

- облік і контроль за правильністю та своєчасністю відображення руху основних засобів (надходження, вибуття, переміщення);

- облік амортизації основних засобів і контроль за правильністю її нарахування й відображення;

- облік витрат на ремонт, модернізацію основних засобів і контроль раціонального використання грошових коштів щодо даних цілей;
- облік переоцінки основних засобів (дооцінки, уцінки);
- облік операційної та фінансової оренди основних засобів;
- виявлення морально застарілих і повністю амортизованих основних засобів.

Таким чином, правильно і раціонально побудована система внутрішнього контролю основних засобів сприяє підвищенню ефективності використання основних засобів, а також достовірності облікових даних щодо їх наявності та руху. Зважаючи на значну вагомість основних засобів в складі всіх активів підприємства це дозволить покращити надійність облікових даних, які, в свою чергу, є базою обґрунтування управлінських рішень

Список використаних джерел

1. Радіонова Н.Й., Михайлюк О.В. Система внутрішньогосподарського контролю обліково-звітної інформації щодо основних засобів підприємства. *Удосконалення обліку, контролю, аудиту, аналізу та оподаткування в сучасних умовах інтеграційних процесів у світовій економіці*: зб. матеріалів доп. учасн. III Міжнар. наук.-практ. конф. Ужгород : ДВНЗ «УжНУ», 2018. С. 113 – 115.

2. Бондаренко Н.М., Шачаніна Ю.К. Організація внутрішньо- господарського контролю використання основних засобів на вітчизняних підприємствах та шляхи його вдосконалення. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. Економіка*. 2017. Вип. 23. Част. 3. С. 119 – 122.

3. Радіонова Н. Й., Михайлюк О. В. Організація внутрішньогосподарського контролю основних засобів на підприємствах України. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Економічні науки*. 2018. №14(54). С. 37 – 39.

УДК 657

АУДИТ СТАЛОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕС-СУБ'ЄКТІВ

ГРИНА КРЮКОВА, АЛЛА ЯКОВЕНКО

Одеський державний аграрний університет, Україна

Концепція сталого розвитку за останні роки набула значного поширення у суспільстві, управлінні та бізнесі і сьогодні вже постає домінуючою для практики значної кількості розвинутих країн. Бізнес, об'єктивно оцінюючи стратегічні переваги сталого розвитку, змінює власні пріоритети, цінності, стратегії та ринкову поведінку. Нарощування ринкової частки, прибутку та вартості вже не є єдиними довгостроковими цілями бізнес-структур. Крупні та середні компанії на перший план своїх ціннісних орієнтирів виводять аспекти соціально-економічного та екологічного сталого розвитку, які є життєво важливими для всіх учасників суспільного процесу. Кардинальні зміни пріоритетів, стратегій, цілей і індикаторів результативності діяльності супроводжуються активними процесами доповнення інформаційно-аналітичного базису управління, підвищення ступеня

прозорості даних та рівня відкритості компаній. Прийняття виважених сталих рішень бізнесом потребує удосконалення існуючої фінансової звітності, доповнення її внутрішніх управлінських звітів, створення нових її форм та інструментів. Визначальна роль у вирішенні цих завдань відводиться аудиту, як дієвому інструменту забезпечення і підтвердження повноти, достовірності та прозорості управлінської інформації [1, с.79]. Підвищується роль аудиту за умов ведення бізнесу на засадах сталого розвитку, які потребують чіткої та релевантної інформації для прийняття сталих рішень.

Аудит за умов ведення господарської діяльності компаній на засадах сталого бізнесу постає інструментом, який дозволяє їм стати більш сталими та інклюзивними. Аудит дає підтвердження та впевненість власникам і інвесторам бізнесу, що їх бізнес не тільки прибутковий, але й сталий.

Аудит стійкого розвитку підтверджує звітність та характер діяльності компанії у трьох базових площинах (рис. 2.).

Провідні світові аудиторські компанії (KPMG) рекомендують проведення внутрішнього аудиту сталого розвитку. Серед основних питань, на які має дати відповіді внутрішній аудит сталості, є: майбутні очікування бізнесу від використання методів сталого розвитку; майбутні ризики, пов'язані зі сталим розвитком; наявність та дієвість ESG-культури та ESG-ініціатив; рівень ефективності корпоративної соціальної відповідальності та оцінка стратегії сталого розвитку [2].



Рисунок 1 Об'єктні сфери аудиту сталого розвитку бізнесу

Джерело: авторська розробка

Процес аудиту сталого розвитку є новим видом аудиторської практики, який активно формується та доповнюється у теперішній час. Методичний підхід до проведення аудиту сталого розвитку має специфічні особливості та має включати такі основні етапи:

1 етап - розпочинається з оцінки аудитором рівня корпоративної культури організації (бізнес-суб'єкта). Саме цей фактор у переважній мірі визначає пріоритети і методи управління, розуміння і сприйняття з боку менеджменту, власників та персоналу важливості сучасних сталих трансформаційних перетворень.

2 етап – оцінка рівня корпоративної соціальної відповідальності бізнесу (організації), яка постає головною формою прояву практичних засад сталості господарської діяльності.

3 етап – оцінка відповідності діючої політики управління компанії цілям корпоративної соціальної відповідальності і завданням сталого розвитку.

4 етап – перевірка та оцінка звітності зі сталого розвитку (або її форм: соціальної звітності, екологічної тощо).

5 етап – підготовка та подання аудиторського звіту для керівництва і власників бізнесу та обґрунтування рекомендацій щодо подальшого використання сталих методів і форм управління.

Збір доказів про сталий розвиток бізнесу та компанії – перманентний процес, який потребує відповідних норм, регламентів і стандартів, які сьогодні знаходяться на стадії формування. Аудит сталості бізнесу – спосіб оцінити та довести до стейкхолдерів інформацію, що компанія функціонує на засадах сталого розвитку. У найближчій перспективі це інструмент здобуття стратегічних конкурентних переваг, розвитку партнерства та здобуття прихильності все більшої кількості споживачів. Приймаючи досягнення завдань сталого розвитку, аудит одночасно виступає інструментом отримання бізнес-бонусів та одночасного задоволення інтересів як бізнесу, так і суспільства у цілому.

Список використаних джерел

1. Макаренко І., Кравченко О., Овчарова Н. Стандартизація аудиту звітності зі сталого розвитку компаній. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2020. Т. 6, № 2. Р. 78-90.

2. Have you considered auditing your organizations sustainable? URL: <https://kpmg.com/be/en/home/insights/2021/04/rc-have-you-considered-auditing-your-organization-sustainability.html>

УДК 005.932

КЛАСИФІКАЦІЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

ТЕТЯНА САВЧУК, ВІРА ПІДГОРОДЕЦЬКА

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Виробничі запаси входять до складу оборотних активів, оскільки вони можуть бути перетворені на грошові кошти впродовж року або операційного

циклу, якщо він більший за рік. На підприємствах харчової промисловості виробничі запаси відіграють одну з ключових ролей, оскільки саме вони є рушійною силою для виробництва. Запаси є предметом та результатом праці. Варто зазначити, що вони повністю вичерпуються та переносять свою вартість на витрати на виробництво готової продукції, виготовленої впродовж виробничого циклу, впливаючи таким чином на величину виробничої собівартості. З цього можемо зробити висновок про те, що від правильності оцінювання вартості і виду використаних виробничих запасів прямо залежить величина виробничої собівартості.

Тому від правильної класифікації виробничих запасів залежить достовірність фінансових показників та звітності.

Вивчаючи праці різних науковців, можна виділити наступні існуючі класифікації, які згруповані та наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Класифікація виробничих запасів різними вченими

Автор	Класифікаційні ознаки
1	2
Федак Л.М. [1, с. 157-162]	– за функціональним призначенням (для дистрибуції та для виробництва);
	– за місцем перебування (у постачальників, у виробництві, на складі);
	– за цілями (поточні, стратегічні, тактичні);
	– за метою формування (підготовчі, страхові, спекулятивні, рекламні);
	– за часом зберігання (швидколіквідні, тривалого та нетривалого зберігання);
	– за формою власності (власні, запозичені, на утриманні);
Росва О.С. [2, с. 163-169]	– за структурою (сировина і матеріали, незавершене виробництво, готова продукція).
	– за призначенням запасів на різних етапах виробництва;
	– за економічною класифікацією;
	– за технічними ознаками;
Лавруша О.Г. [3, с. 138].	– за сферою діяльності підприємства;
	– за способом включення до собівартості.
	– виробничі запаси, які входять до складу готової продукції;
Ш/ендригоренко М.Т. [4]	– виробничі запаси, які забезпечують процес виробництва;
	– виробничі запаси, призначені для обслуговування діяльності підприємства.
	– місце перебування і зберігання;
	– період використання;
	– структура запасів;
	– час зберігання;
	– форма власності;
	– призначення.

Наведені вище класифікації показують узагальнений поділ виробничих запасів, які застосовуються на будь-якому підприємстві без врахування особливостей та факторів їх розмежування для харчової промисловості. Оскільки для харчових підприємств притаманні певні особливості діяльності, пропонується

доповнити існуючі класифікації виробничих запасів додатковими ознаками, які будуть корисними підприємствам саме харчової промисловості. Запропоновані класифікаційні ознаки наведені в таблиці 2.

Таблиця 2

Класифікація виробничих запасів для харчових підприємств

№	Фактори класифікації	Розмежування	Характеристика
1	2	3	4
1	За галузями харчової промисловості	Цукрова	Класифікація виробничих запасів відповідно до особливості галузі харчової промисловості за конкретними видами основної та допоміжної сировини
		М'ясна	
		Молочна	
		Олійно-жирова	
		Плодоовочеконсервна	
		Кондитерська	
		Спиртова	
		Виноробна	
Соляна			
2*	За спеціалізацією виробництва	Первинна	Класифікація виробничих запасів відповідно до попередньої стадії обробки сировини перед процесом виробництва
		Вторинна	
3	За організаційною структурою	Завод	Класифікація виробничих запасів відповідно до утворених підрозділів, які реалізують повний цикл виробництва готової продукції
		Фабрика	
		Комбінат	
4	За типом виробничого процесу	Масовий	Класифікація виробничих запасів відповідно до безперервних та перервних поточкових ліній, які здійснюють певну стадію обробки сировини
		Серійний	
5	За швидкістю псування	Не придатні до зберігання	Класифікація виробничих запасів відповідно до придатності до зберігання і можливої тривалості такого зберігання
		З обмеженим терміном зберігання	
		З тривалим терміном зберігання	

Запропонована класифікація за галузями харчової промисловості дасть змогу кожному підприємству окремо оцінити свої виробничі запаси відповідно поділяючи на основні та допоміжні матеріали та сировину, оскільки, до прикладу, для м'ясної і молочної сировини і матеріали будуть зовсім інші.

Поділяючи виробничі запаси за спеціалізацією виробництва, можна досягти розуміння створення правильного та ефективного виробничого процесу для виготовлення готової продукції.

Класифікація за організаційною структурою дає змогу розмежовувати виробничі запаси на кожен підрозділ окремо в залежності від його потреб.

За типом виробничого процесу виробничі запаси можна класифікувати на запаси для безперервного (масового) і перервного (серійного) виробничого процесу, що дасть можливість більш коректніше розрахувати коефіцієнти їх затребуваності у виробництві конкретного продукту.

Враховуючи різні фактори, які можуть впливати на діяльність виробництва, слід зауважити, що правильний розподіл виробничих запасів сприяє збільшенню очікуваних економічних вигод, покращенню раціонального використання запасів та фінансового стану безпосередньо підприємства.

Отже, економічно обґрунтована класифікація виробничих запасів є однією з необхідних умов для раціонального та ефективного використання, ведення коректного бухгалтерського, управлінського та аналітичного обліків, а також для правильного нормування, планування, аналізу, управління запасами підприємства та забезпечення достовірної інформації з повним та своєчасним її відображенням.

Список використаних джерел

1. Федак Л. М. Запаси підприємств: сутність та класифікація. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. Хмельницький, 2012. № 1. С. 157-162.

2. Роєва О. С. Розвиток підходів до класифікації виробничих запасів на підприємствах гірничо-металургійного комплексу України. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. 2016. № 29. С. 163-169.

3. Лавруша О. Г. Класифікація виробничих запасів на металургійних підприємствах. Збірник наукових праць «Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності». 2012. № 1. С. 135-139.

4. Шендригоренко М. Т. Виробничі запаси підприємства як об'єкт обліку та аудиту. Збірник наукових праць «Глобальні та національні проблеми економіки». 2017. №20. С. 1045-1047.

УДК УДК 657.1.011

КОМП'ЮТЕРИЗАЦІЯ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

ТЕТЯНА САВЧУК, НАТАЛЯ ТИМКІВ

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
Україна*

Комп'ютерні системи бухгалтерського обліку (КСБО) пройшли великий історичний шлях становлення й розвитку. Вони змінювалися паралельно зі змінами інформаційних технологій, програмних і технічних засобів оброблення інформації, методів і засобів розроблення, концепції побудови інформаційної системи. Сьогодні існує велика кількість програмних засобів автоматизації бухгалтерського обліку: від засобів автоматизації локальної задачі бухгалтерського обліку до повнофункціональної КСБО в складі інформаційної системи підприємства.

Сучасне програмне забезпечення дозволяє повністю автоматизувати процес обліку, який починається з моменту введення даних з первинних документів, далі автоматизоване формування проводок, заповнення відповідних реєстрів обліку і формування звітних форм документів. Можна сказати, що сучасний бухгалтер тільки вводить інформацію з первинних документів – вихідні дані та отримує результат – інший необхідний документ або звіт, а все інше виконується за допомогою спеціальної комп'ютерної програми, що значно полегшує і прискорює процес обліку [1].

В умовах автоматизованих інформаційних систем, облік охоплює комплекси задач за всіма розділами бухгалтерського обліку. У їх перелік входить також облік грошових коштів. Призначенням комплексу задач є облік наявності і руху грошових коштів на поточному рахунку, у касі, облік розрахунків з підзвітними особами, дебіторами та кредиторами. Вихідною інформацією є залишки грошових коштів у касі, на поточному рахунку, оборот по кредиту рахунку впродовж періоду. Вхідною інформацією для контролю грошових коштів є залишок коштів у касі, на рахунку, в підзвіті на початок періоду, надходження, витрати, повернення коштів, що об'єднується та використовується за єдиною класифікацією і технологією [2].

Робота бухгалтера особливо напружена під час закриття облікового періоду, виконання робіт із нарахування заробітної плати чи формування та здавання звітності. Втома та зниження концентрації призводять до частих помилок, змушуючи проводити повторний розрахунок та іноді навіть сплачувати штрафні санкції контролюючим органам за невірно підготовлені звіти.

Ведення бухгалтерського обліку за допомогою відповідної програми:

- дозволить практично миттєво, без значних зусиль з боку бухгалтера проводити складні періодичні розрахунки, такі як: нарахування зарплати співробітникам підприємства, розрахунок амортизації основних засобів, розподіл непрямих витрат, розрахунок визначення собівартості продукції, наданих послуг;
- звільнить від потреби зведення облікової інформації, наданої різними бухгалтерами, обліковцями, у єдину оборотну відомість;
- дозволить друкувати первинні документи (накладні, акти, авансові звіти та інші) безпосередньо із програми;
- автоматично розрахує та заповнить форми регламентованої звітності, проведе їх камеральну перевірку, дозволить підписати електронно-цифровим підписом та надіслати звіти електронною поштою до фіскальних органів, зменшуючи необхідність відвідування даних структур та витрачання часу в чергах, чекаючи реєстрації паперових звітів;
- обмін між обліковою програмою та банківською системою Клієнт-Банк значно прискорить та спростить занесення платіжних документів до програми.

Автоматизована система значно полегшує роботу бухгалтера, виключає можливість помилок, які могли б виникнути при ручному розрахунку, цим самим забезпечуючи правильність нарахування заробітної плати працівникам та

нарахування обов'язкових платежів до фондів та бюджету. При цьому зникає потреба в здійсненні перевірок, ревізій, аудиту первинної документації.

Бухгалтерська програма здатна захистити бухгалтера, тому що:

у механізми роботи програмного забезпечення закладено алгоритми розрахунків та формування регламентованої звітності, розроблені та перевірені професійними аналітиками у сфері бухгалтерського та податкового обліку;

- програмне забезпечення використовується на десятках тисяч вітчизняних підприємств, що підтверджує те, що бухгалтерський облік ведеться відповідно вимог чинного законодавства;
- своєчасне оновлення нормативно-довідкової інформації (прожиткових мінімумів, індексів інфляції, ставок податків), алгоритмів розрахунків бланків регламентованої звітності усуває ризики подання неактуальних даних та застарілих звітних форм.

Отже, ефективність роботи бухгалтера на підприємстві значно збільшується за допомогою засобів інформатизації та автоматизації документообігу, які дозволяють швидко накопичувати відповідні бази даних про результати господарської діяльності та використовувати їх для формування редагування і друку вихідних документів та звітів. Застосування комп'ютерних інформаційних технологій для обліку грошових коштів, забезпечує його оперативність та сприяє зростанню платоспроможності підприємства.

Список використаних джерел

1. Радіонова Н.Й. Вплив інформаційних технологій на форму ведення обліку/О.О. Матвеєв, Н.Й. Радіонова. *Домінанти соціально-економічного розвитку України в умовах інноваційного типу прогресу*: матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф. 25 берез. 2021 р., Київ: КНУТД, 2021. С. 243-245.

2. Radionova N., Breus S., Denysenko M., Khaustova Y., Matiukh A. *Criterial approach to analysis of the cost management system of business structures. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики*. 2021. № 36. Том 1. С. 190-202.

УДК 657.24:69

ОРГАНІЗАЦІЯ І МЕТОДИКА УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ДОХОДІВ І ВИТРАТ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

СОФІЯ КАФКА, СЕРГІЙ ГРИЦІВ

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

Війна в Україні послабила позиції вітчизняної економіки, вщент зруйновано багато населених пунктів, тож потреба відновлення інфраструктури, житлового та нежитлового фонду, термінового будівництва житла для людей, що рятуються від війни, ставить вимогу до активізації діяльності будівельних та інших підприємств, тож потребують зміни сфера управління виробництвом, розроблення дієвої системи обліку витрат та доходів з урахуванням організаційно-технологічних особливостей їх діяльності з метою оперативного прийняття управлінських

рішень.

Управлінський облік доходів і витрат будівельних підприємств займає визначальне місце в економіці підприємства, оскільки на ньому базуються економічні площини виробництва продукції, формування фінансових ресурсів, наповнення бюджетів різних рівнів. Для раціональної організації управлінського обліку будівельних підприємств необхідно: сформулювати методологічні підходи до управлінського обліку в обліковій політиці, чітко виділити сфери відповідальності в організаційній структурі підприємства, розробити форми первинних документів та управлінської звітності, методичні рекомендації з обліку витрат за статтями та економічними елементами, обрати методи обліку витрат і калькулювання собівартості та визначення доходів за основними видами наданих будівельних послуг.

Для внутрішніх користувачів складається управлінська звітність, яка представляє собою внутрішню звітність про умови і результати діяльності структурних підрозділів підприємства, окремих напрямках його роботи, а також результати за сегментами, шляхом надання вартісних і натуральних показників, що дозволяють оцінювати і контролювати, прогнозувати і планувати діяльність структурних підрозділів підприємства (окремі сегменти його діяльності).

Методика управлінського обліку доходів від операційної діяльності повинна відповідати принципу «нарахування й відповідності доходів і витрат», коли доходи і витрати відображаються в обліку і звітності за фактом їх появи, незалежно від того, коли фактично були отримані або сплачені грошові кошти.

Дохід від надання послуг визнається, виходячи зі ступеня завершеності операції з надання послуг на дату балансу, якщо достовірно може бути оцінено результат цієї операції за умов: можливості достовірної оцінки доходу; імовірності економічних вигод від надання послуг; ступеня завершеності надання послуг на дату балансу, витрат, здійснених для надання послуг і необхідних для їх завершення [1]. Якщо дохід (виручку) від надання послуг не можна достовірно визначити, то він відображається в обліку в розмірі здійснених витрат, що підлягають відшкодуванню.

Визначення та калькулювання собівартості будівельних робіт передбачає розрахунок в грошовій формі поточних витрат, безпосередньо пов'язаних з підготовкою та здійсненням будівництва, а також виконанням робіт і послуг, що його забезпечують. Саме калькулюванню собівартості на підприємстві значну увагу приділяє управлінський облік, оскільки є однією із функцій управління витратами і пошуку резервів зниження собівартості послуг, що у свою чергу підвищує ефективність діяльності.

Статті калькуляції формуються будівельним підприємством самостійно [2] з урахуванням його організаційної структури, характеру і рівня організації будівництва. У діючу класифікацію (таблиця 1) та номенклатуру статей витрат для визначення собівартості будівельних об'єктів ТОВ «Івгаранбуд» запропоновано розширити їх перелік:

1. Матеріали;
2. Транспортні витрати з доставки матеріалів;
3. Витрати на оплату праці основних працівників та відрахування на соціальні

- заходи;
4. Амортизація;
 5. Витрати на утримання і експлуатацію будівельних машин і механізмів;
 6. Непрямі витрати структурних підрозділів;
 7. Загально будівельні непрямі витрати;
 8. Витрати на організацію робіт на будівельних майданчиках;
 9. Охорона праці і довкілля;
 10. Інші непрямі витрати.

Таблиця 1

Пропозиції з розширення номенклатури статей при визначенні собівартості будівельних робіт ТОВ «Івгаранбуд».

Пропозиції до розширення калькуляційних статей	Використання для прийняття управлінських рішень
Розмежування прямих і непрямих витрат	Формування інформації про пряму собівартість об'єкта калькулювання
Виділення змінних і постійних витрат,	Ухвалення оперативних управлінських рішень на основі інформації про питомі витрати
Виділення умовно-постійних та умовно-змінних непрямих витрат	Виявлення причинно-наслідкових зав'язків між непрямыми витратами та об'єктами калькуляції, точніший підрахунок повної собівартості будівельного об'єкта
Облік і контроль витрат за центрами витрат	Організація обліку за центрами відповідальності і контролю

Класифікація витрат на будівельних підприємствах посилить аналітичну та інформаційну функцію управлінського обліку, встановить прямий зв'язок між витратами і обсягом будівельних робіт, а також з умовами їх здійснення, створить необхідні умови для аналізу і контролю доходів і витрат, обґрунтовано розподілить фактичні витрати між окремими видами будівельних робіт, підвищить зацікавленість будівельних підприємств у скороченні витрат, що не створюють доданої вартості і цінності об'єкту будівництва.

Список використаних джерел

1. НП(С)БО 15 «Дохід», затверджене наказом Міністерства фінансів України № 290 від 29.11.99. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99#Text> (дата звернення 23.04.2023)

2. НП(С)БО 16 «Витрати», затверджене наказом Міністерства фінансів України № 318 від 31.12.99. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text> (дата звернення 23.04.2023)

3. НП(С)БО 18 «Будівельні контракти», затверджене наказом Міністерства фінансів України № 205 від 28.04.2001 URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0433-01#Text> (дата звернення 23.04.2023)

РОЗВИТОК ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ ОБЛІКУ ТА КОНТРОЛЮ КРЕДИТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ, ЩО БАЗУЄТЬСЯ НА ПРИНЦИПАХ БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГІЙ

ТЕТЯНА САВЧУК, ЛЮБОМИР ЯЦИК

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
Україна*

У світі бізнесу та фінансів наявність адекватної та точної системи обліку та контролю кредиторської заборгованості є одним з ключових факторів успіху. Проте, традиційні системи обліку мають свої недоліки, зокрема щодо безпеки та ефективності. Відповідно, виникає потреба у нових технологіях, що можуть допомогти вирішити ці проблеми.

Інтегрована система обліку є важливим інструментом для будь-якої компанії, який здатний надати цілий ряд переваг. Особливо корисною ця система є в частині обліку і внутрішнього контролю кредиторської заборгованості.

Інтегрована система обліку - це комплексна система, що поєднує в собі різні модулі та підсистеми обліку та звітності. Вона дозволяє автоматизувати процеси обліку та забезпечує точність та достовірність фінансової звітності. Також ця система допомагає відстежувати платежі та заборгованості перед постачальниками, контролювати ризики та підвищувати ефективність фінансової діяльності.

Один з головних недоліків інтегрованої системи обліку полягає у складності розробки та впровадження систем. Це пов'язано з тим, що необхідно об'єднати різні системи, що можуть працювати на різних платформах та мати різний формат даних. Також інтегровані системи можуть бути більш вразливі до атак хакерів, які можуть отримати доступ до всіх даних підприємства одночасно.

Однак, у сучасному світі, де цифрові технології набувають все більшого значення, інтегрована система обліку теж уже потребує удосконалення. Використання блокчейн-технологій може значно покращити ефективність та безпеку цієї системи.

Блокчейн-технологія забезпечує зберігання інформації у вигляді ланцюжка блоків, де кожен блок містить інформацію про транзакції, які не можуть бути змінені або видалені. Це забезпечує високий рівень безпеки та надійності системи обліку.

Крім того, блокчейн-технологія може автоматизувати процеси контролю за кредиторською заборгованістю, що зменшить ризики та витрати на її обробку. Завдяки цьому, компанії зможуть швидше та ефективніше взаємодіяти з постачальниками, що забезпечить підвищення їх конкурентоспроможності на ринку. Також використання блокчейн-технологій у системі обліку та аудиту кредиторської заборгованості може зменшити ризики шахрайства та помилок. Інформація буде зберігатися в розподіленій базі даних, що робить її менш вразливою до втручань з зовнішнього середовища. Блокчейн забезпечує

можливість автоматичної верифікації даних та забезпечення відповідності процесу контролю стандартам та вимогам законодавства.

Розробка інтегрованої системи обліку та контролю кредиторської заборгованості, що базується на принципах блокчейн-технологій, є актуальною і важливою задачею для підприємств, що дозволить підвищити ефективність процесу управління кредиторською заборгованістю, знизити ризики та забезпечити відповідність стандартам та вимогам законодавства.

З метою вирішення цієї задачі, пропонується створити інтегровану систему обліку та контролю кредиторської заборгованості на базі блокчейн-технологій, що дозволить забезпечити безпеку, надійність та автоматизацію процесів обліку та контролю, зменшити ризики та підвищити ефективність управління кредиторською заборгованістю. Основною метою такої системи є забезпечення прозорості та надійності обліку та контролю кредиторської заборгованості, що дозволить знизити ризики та забезпечити відповідність стандартам та вимогам законодавства.

Для реалізації інтегрованої системи обліку та контролю кредиторської заборгованості на базі блокчейн-технологій, потрібно виконати наступні кроки:

1. Аналіз потреб та можливостей. Для початку необхідно провести детальний аналіз існуючої системи обліку та контролю кредиторської заборгованості, визначити потреби та можливості впровадження блокчейн-технологій.

2. Розробка концепції. Після аналізу необхідно розробити концепцію інтегрованої системи обліку та контролю кредиторської заборгованості, яка буде базуватися на принципах блокчейн-технологій. Концепція повинна включати опис нових процесів та можливостей, які будуть доступні завдяки використанню блокчейн-технологій.

3. Розробка технічної частини. Включає розробку смарт-контрактів, які будуть відповідати правилам обліку та контролю кредиторської заборгованості. Такі смарт-контракти дозволяють вести облік заборгованості та перевірку її стану.

Для розробки смарт-контрактів можна використовувати мови програмування, які підтримують блокчейн-платформи, такі як Ethereum, Hyperledger Fabric, Corda, та інші. Крім того, необхідно розробити інтерфейс користувача, який буде відповідати потребам користувачів і забезпечувати доступ до різних функцій системи.

Також важливо забезпечити захист інформації в системі, щоб уникнути можливих атак та злому системи. Для цього можна використовувати криптографічні методи та протоколи, такі як шифрування, підписи, аутентифікація та авторизація.

4. Впровадження та тестування. Після розробки технічної частини системи необхідно провести тестування, щоб переконатися у її працездатності та відповідності вимогам користувачів. Після успішного тестування можна перейти до впровадження системи в роботу.

5. Переваги та можливі ризики. Використання блокчейн-технологій у системі обліку та контролю кредиторської заборгованості має свої переваги та можливі ризики.

До переваг можна віднести:

- Підвищення надійності та безпеки інформації у системі, оскільки блокчейн забезпечує цілісність даних та недоступність для змін. Крім того, блокчейн забезпечує можливість перевірки даних від третіх сторін, що дозволяє зменшити ризики шахрайства та зловживань.

- Зниження витрат на контроль інформації та оптимізація робочого процесу. Блокчейн дозволяє зменшити кількість ручної роботи та паперову документацію, а також забезпечує автоматизацію ряду процесів, що зменшує витрати на контроль інформації.

- Підвищення швидкості операцій та зменшення часу на їх виконання. Блокчейн дозволяє забезпечити швидку та безпечну передачу даних між різними учасниками системи без необхідності додаткових перевірок та сертифікації.

Таким чином, на основі проведеного дослідження, можемо зробити наступні висновки. Застосування інтегрованої системи обліку забезпечує необхідну комплексність і системність до відображення операцій в бухгалтерському обліку, особливо щодо розрахунків з кредиторами. А побудова такої інтегрованої системи обліку і звітності на принципах блокчейн-технологій, на додаток до базових, дає можливість компанії одержати ряд додаткових переваг, зокрема зниження витрат на ведення обліку і складання фінансової звітності, додаткові інструменти посилення внутрішнього контролю кредиторської заборгованості, підвищення надійності та безпеки інформації, підвищення ефективності роботи та зменшення часу на виконання операцій. Це може стати важливим кроком у розвитку фінансової сфери та підвищенні її конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

1. Swan, M. (2018). Blockchain: Blueprint for a new economy. O'Reilly Media, Inc.
2. Crosby, M., Pattanayak, P., Verma, S., & Kalyanaraman, V. (2018). Blockchain technology: Beyond bitcoin. Applied Innovation, 2(6-10), 71-81.
3. Zheng, Z., Xie, S., Dai, H. N., Chen, W., & Wang, H. (2018). Blockchain challenges and opportunities: A survey. International Journal of Web and Grid Services, 14(4), 352-375.
4. Beck, R., Müller-Bloch, C., & King, J. L. (2018). Governance in blockchain technologies & social contracts. Ledger, 3, 1-23.
5. Böhme, R., Christin, N., Edelman, B., & Moore, T. (2018). Bitcoin: Economics, technology, and governance. Journal of Economic Perspectives, 31(2), 217-238.

УДК 336.71

ФІНАНСОВИЙ КОНСАЛТИНГ ВІД БАНКУ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛЬНИМИ ФІНАНСАМИ

ЛАРИСА КОЛЄСНІКОВА, ТЕТЯНА ГІРЧЕНКО

ЛНУ ім І.Франка, Україна

Згідно дослідження Світового Банку у березні 2023р. світова Covidпандемія, а потім масштабна війна у центрі Європи на території суверенної України проти російської окупації, розділила світову спільноту, розірвала сталі економічні зв'язки та значною мірою переформатувала моделі та бізнес стратегії європейського та світового економічного розвитку, створивши значне геополітичне напруження, через ризики невизначеності у бізнес плануванні. [1]

За словами головного економіста Світового Банку І.Гілла, падіння рівня сталого зростання у 1990-х та 2000-х, змінилося на тренд “менша кількість роботи, менше інвестицій та менше торгівлі” [2].

Настала епоха формування “бюджетів виживання” не лише для міжнародних транснаціональних компаній, а й для кожного суб'єкта господарювання, в тому числі для сімейних та індивідуальних бюджетів.

Відновлення української економіки після першого року війни проти Росії за оцінками Bloomberg [3] потребує 411 мільярдів доларів, що в 2,6 разів перевищує показник річного ВВП країни. Оціночно, майже 7,1 мільйонів українців опинилися на межі або на рівні бідності і повернулися назад на рівень 15 річного прогресу розвитку.

В той же час банківська система України демонструвала тренд зростання доходів, активно впроваджуючи нові діджитал технології як в форматах неo-банкінгу, так і продовжуючи розвивати та вдосконалювати класичні банківські моделі обслуговування.

Згідно статистики НБУ, що відображено на Рис.1 [4]



Рисунок 1 Динаміка доходів банківської системи України в 2020-2022 р.р.

За даними Міністерства фінансів на кінець 2022 року від початку повномасштабної війни Україна залучила до держбюджету 25 млрд доларів зовнішнього фінансування[5]. Значна доля коштів була направлена на грошову підтримку військовослужбовців та допомогу сім'ям загиблих. На 1.03.2023 з початку повномасштабного вторгнення Росії на виплати грошового утримання військовослужбовцям було направлено 721,9 млрд грн, або 32,4% усіх видатків загального фонду держбюджету (2,23 трлн грн) [6]. Сім'якожновійськового,

який загинув, захищаючи Батьківщину, отримує одноразову грошову допомогу у розмірі 15 млн гривень згідно Постанови Кабміну №168 від 28 лютого.

В умовах воєнного стану та валютних обмежень, ці виплати значною мірою залишаються на банківських рахунках фізичних осіб (в силу обмежень споживання в умовах війни), що дозволило банкам збільшити масштаби кредитування бізнесу та як наслідок доходи банківської системи.

Для фізичних осіб же отримання значних грошових коштів, сформувало проблему ефективного управління цими коштами з метою збереження та примноження за рахунок банківських та фінансових інструментів, продуктів та сервісів.

На жаль, низький рівень фінансової грамотності населення України та незнання основних правил управління персональними фінансами (створення «фінансової подушки безпеки», інвестування в коротко- середньо - та довгострокові активи, інш.), нерозуміння основних функцій грошей (накопичення, засобу платежу, обігу, інвестування) та механізмів управління (щомісячні регулярні накопичення, інвестування та інше) наряду з відсутністю стимулювання державою раціонального використання / накопичення / страхування / інвестування коштів населення гальмують стимулювання фінансового розвитку держави та збагачення нації.

Про гроші в нашому суспільстві історично не прийнято говорити як про об'єкт управління. В той же час, людина, яка протягом усього життя самостійно та усвідомлено управляє персональними фінансами та формує пасивний персональний дохід, є суб'єктом розумного споживання та інвестором для розвитку країни і зростання ВВП на душу населення.

На нашу думку, однією з головних цілей фінансового менеджменту персональних фінансів є створення умов щодо надання систематизованої та доступної інформації про методи, сервіси та продукти управління персональними коштами.

Персональні фінанси є результатом продажу людського капіталу як суми знань і навичок на ринку праці. Прийняття рішення щодо управління вільними від споживання персональних коштів потребує або фінансової освіти або повної довіри до приймаючої інституції.

Ось чому саме банки повинні стати головними інституціями для фінансового консалтингу як елементу фінансової інклюзії, бо банки найбільш регульована та контрольована Національним Банком України інституція, яка має сервісну мережу та кваліфікованих співробітників з необхідною освітою та навичками консультування.

Головна відмінність консультування від продажу банківських продуктів клієнтам лежить в постановці питання про «фінансові цілі клієнта», під які далі підбирається набір альтернативних продуктів та сервісів для оцінювання клієнтом та подальшим вибором інструменту чи конкретного продукту саме клієнтом з урахуванням усіх переваг та обмежень для клієнта.

З метою підвищення фінансової грамотності населення банки, як маркетплейси фінансових послуг та інституції довіри в Україні повинні навчитися професійно та об'єктивно консультувати населення про фінансові продукти і

послуги не лише з метою формування доходів банківської установи, а й з метою побудови довгострокових відносин та формування лояльності до бренду, який надає клієнту високоякісне обслуговування та забезпечує задоволення актуальних персональних фінансових потреб за функціональним, а не продуктовим змістом.

Для побудови сервісної моделі з основою на фінансовий консалтинг через дистрибуцію банків необхідно змінити діючу сьогодні парадигму обслуговування «потоків клієнтів» з невизначеними функціональними потребами на обслуговування «портфелю клієнтів» кваліфікованим і, що важливо, персональним банківським менеджером, який має достатню фінансову кваліфікацію та відповідальність за побудову довгострокових відносин з клієнтом з метою формування довіри до банківського бренду та має накопичену інформацію про клієнтський досвід завдяки CRM системам Банку.

Авторами статті було розроблено та ефективно впроваджено сервісну модель фінансового консалтингу для обслуговування заможних клієнтів одного із Державних Банків України [7] з використанням 4-х блочної структурованої анкети фінансового консалтингу за основними фінансовими темами:

1. Управління активами клієнта (отримання пасивного % доходу)
2. Кредитування (при недостатності власних накопичень)
3. Страхування (фінансовий захист від непербачуваних подій)
4. Діджитал сервіси (дистанційні сервіси управління коштами)

Список використаних джерел

1. <http://documents.worldbank.org/curated/en/099439203102334334/IDU01dc8e11c0d0ab047d80b7a60e220b64efa9d>
2. <https://www.ukr.net/news/details/economics/96513993.html>
3. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-03-22/world-bank-sees-ukraine-s-recovery-needs-rising-to-411-billion#xj4y7vzkg>
4. <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist>
5. https://www.mof.gov.ua/uk/news/olga_zykova_ukraine_needs_predictability_and_rhythm_of_external_financing_in_2023-3747
6. <https://biz.censor.net/n3403004>
7. Колеснікова Л.Л. Фінансовий консалтинг з управління персональними фінансами клієнтів як чинник збільшення проднанвантаження у клієнтів банку. Фінансовий простір. 2021. No (4(44)). С. 124-132. DOI: [https://doi.org/10.18371/fp.4\(44\).2021.124132](https://doi.org/10.18371/fp.4(44).2021.124132)

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ПРОЦЕНТНИХ ДОХОДІВ І ВИТРАТ БАНКУ

ЛЮДМИЛА ГЕРБИЧ, АННА ТОЛМАЧ

Державний торговельно-економічний університет, Україна

Процентні доходи та витрати, як правило, становлять найбільшу питому вагу у загальній сумі банківських доходів та витрат. У зв'язку з цим їх правильне відображення на рахунках бухгалтерського обліку та у фінансовій звітності має важливе значення для банку.

Проценти - є відшкодуванням вартості грошей у часі та кредитного ризику стосовно основної суми, залишається не погашеною протягом визначеного часу, та може включати відшкодування інших звичайних ризиків і витрат, пов'язаних з кредитуванням, та маржи прибутку.

Процентні доходи – операційні доходи, отримані банком за використання кредитних коштів, їх еквівалентів або сум, що заборговані банку, суми яких обчислюються пропорційно часу із застосуванням ефективної ставки відсотка та є компенсацією банку за взятий на себе кредитний ризик.

Процентні витрати — це витрати за використання грошових коштів, їх еквівалентів або сум, що залучені банком, суми яких обчислюються пропорційно часу і сумі зобов'язань. Вони включають витрати, пов'язані з депозитами (до запитання та строковими) й операціями з МВФ; кредитами, отриманими НБУ; простими векселями, ощадними (депозитними) сертифікатами та з іншими цінними паперами власного боргу, що емітовані НБУ; інші процентні витрати.

Метод ефективної ставки відсотка - метод обчислення амортизованої собівартості фінансового активу або фінансового зобов'язання (або групи фінансових активів чи фінансових зобов'язань) та розподілу доходів у вигляді процентів чи витрат на виплату процентів протягом відповідного періоду часу [1].

Згідно Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», доходи і витрати відображаються в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності в момент їх виникнення, незалежно від дати надходження або сплати грошових коштів [2].

Один із випадків визнання процентних доходів або процентних витрат, відповідно до постанови 27.02.2018 №17 «Про затвердження Правил бухгалтерського обліку доходів і витрат банків України»: банк відображає як процентний дохід або процентні витрати різницю між очікуваною сумою компенсації та сумою, що відображає ціну, за якою обіцяні товари та послуги були б продані покупцю за грошові кошти під час сплати покупцем у момент отримання контролю над такими товарами/послугами.

Розрахунковий період для нарахування процентних доходів визначається договором відповідно до вимог законодавства України.

Банк відображає в бухгалтерському обліку визнані доходи і витрати із застосуванням принципу нарахування, згідно з прийнятою обліковою політикою банку, не рідше одного разу на місяць, за кожною операцією окремо [3].

Для обрахування процентних доходів застосовуються такі методи визначення кількості днів:

- метод «факт/факт» - передбачає, що для розрахунку використовується фактична кількість днів у місяці та році;
- метод «факт/360» – передбачає, що для розрахунку використовується фактична кількість днів у місяці, але умовно в році 360 днів;
- метод «30/360» – передбачає, що для розрахунку використовується умовна кількість днів у році – 360, у місяці – 30 [4].

Процентні доходи банків обліковуються за рахунками 60, 61 розділів «Процентні доходи».

В загальному, нарахування процентних доходів за операціями в національній валюті супроводжується такою бухгалтерською проводкою: Дт Рахунки для обліку нарахованих доходів за класами 1, 2, 3 Кт Рахунки для обліку процентних доходів за розділом 60, 61.

Нарахування процентних доходів в іноземній валюті здійснюється з використанням технічних рахунків валютної позиції і відображається в обліку такими проводками: Дт Рахунки для обліку нарахованих доходів за класами 1, 2, 3 Кт 3800 «Позиція банку щодо іноземної валюти та банківських металів».

Одночасно на суму вартості іноземної валюти у гривнях здійснюється така бухгалтерська проводка: Дт 3801 «Еквівалент позиції банку щодо іноземної валюти та банківських металів» Кт Рахунки для обліку процентних доходів за розділом 60.

Отримання нарахованих процентних доходів в національній та іноземній валюті супроводжується такою проводкою: Дт Рахунки для обліку грошових коштів або поточні рахунки 1001, 1002, 1200, 1500, 2600, 2620, 2650 та інші Кт Рахунки для обліку процентних нарахованих доходів за класами 1, 2, 3.

Нараховані та не отримані процентні доходи банк оцінює на зменшення корисності в складі відповідного фінансового інструменту.

Для визнання доходу застосовується п'ятикрокова модель аналізу:

- 1) ідентифікувати договір;
- 2) ідентифікувати окремі зобов'язання до виконання в межах укладеного договору;
- 3) визначити ціну договору;
- 4) розподілити ціну договору між зобов'язаннями до виконання;
- 5) визнати дохід, коли (або в міру того, як) виконується зобов'язання до виконання.

Процентні витрати обліковуються банками у 70 та 71 розділах «Процентні витрати».

Нарахування процентних витрат за фінансовими інструментами в національній валюті супроводжується такими проводками: Дт Рахунки для обліку процентних витрат за розділом 70 Кт Рахунки для обліку процентних нарахованих витрат за класами 1, 2, 3.

Нарахування процентних витрат в іноземній валюті відображається в обліку з використанням технічних рахунків валютної позиції такими проводками: Дт 3800

«Позиція банку щодо іноземної валюти та банківських металів» Кт Рахунки для обліку процентних нарахованих витрат за класами 1, 2, 3.

Одночасно на суму гривневого еквівалента здійснюється така бухгалтерська проводка: Дт Рахунки для обліку процентних витрат за розділом 70 Кт 3801 «Еквівалент позиції банку щодо іноземної валюти та банківських металів».

У разі сплати коштів за операціями, за якими визнання витрат та сплата коштів від буваються на дату балансу, здійснюються такі бухгалтерські проводки:
- за операціями в національній валюті:

Дт Рахунки для обліку процентних витрат за розділом 70 Кт Рахунки для обліку грошових коштів та коштів клієнтів 1001, 1002, 1200, 1500, 2600, 2620, 2650 та інші;

- за операціями в іноземній валюті:

1. Дт 3800 «Позиція банку щодо іноземної валюти та банківських металів» Кт Рахунки для обліку грошових коштів та коштів клієнтів 1001, 1002, 1200, 1500, 2600, 2620, 2650 та інші;

2. Дт Рахунки для обліку процентних витрат за розділом 70 Кт 3801 «Еквівалент позиції банку щодо іноземної валюти та банківських металів» [5, с. 475-479].

Список використаних джерел

1. Постанова «Про затвердження Інструкції з бухгалтерського обліку операцій із фінансовими інструментами в банках України»: веб-сайт. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0014500-18?find=1&text=%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%82#w1_3 (дата звернення 13.04.2023).

2. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»: веб-сайт. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14?find=1&text=%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BD%D1%86%D0%B8%D0%BF+%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%85%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F#w1_1 (дата звернення 13.04.2023).

3. Постанова «Про затвердження Правил бухгалтерського обліку доходів і витрат банків України»: веб-сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0017500-18#Text> (дата звернення 14.04.2023).

4. Головні засади обліку доходів та витрат банку: веб-сайт. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/bank/20791/> (дата звернення 14.04.2023).

5. Литвин Н. Б. Облік процентних доходів та витрат банку / Фінансовий облік у банках. – 2010. – С. 475-479.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ЛІСОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

НАТАЛІЯ ГОЛЯЧУК

Луцький національний технічний університет, Україна

Інформація про фінансовий стан підприємства є важливою складовою для прийняття управлінських рішень. Аналіз фінансового стану підприємства проводиться на основі фінансової звітності. Розрахунок фінансових показників дозволяє визначити тенденції розвитку підприємства та можливість розрахуватись за борговими зобов'язаннями. Для проведення аналізу фінансового стану підприємств обране державне підприємство «Маневицьке лісове господарство». Розраховані коефіцієнти фінансового стану подані в табл. 1.

Таблиця 1

Показники фінансового стану ДП «Маневицьке лісове господарство»

Показники фінансового стану підприємства	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Показники ліквідності підприємства										
Коефіцієнт загальної ліквідності	0,33	1,29	3,47	2,69	2,39	1,73	1,20	1,56	2,82	3,07
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,22	1,06	2,81	1,37	1,47	0,97	0,50	1,16	2,30	1,33
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,01	0,60	1,93	0,50	1,13	0,80	0,21	0,99	2,06	0,66
Показники фінансової стійкості підприємства										
Коефіцієнт концентрації власного капіталу	0,52	0,51	0,77	0,81	0,82	0,80	0,78	0,81	0,70	0,74
Коефіцієнт фінансової залежності	1,92	1,97	1,30	1,23	1,22	1,26	1,29	1,23	1,42	1,36
Коефіцієнт фінансової стабільності	1,09	1,03	3,33	4,27	4,47	3,88	3,47	4,34	2,38	2,78
Коефіцієнт співвідношення власних і залучених коштів	0,04	0,52	0,15	0,07	0,04	0,02	0,00	0,02	0,21	0,15
Показники ділової активності підприємства										
Коефіцієнт оборотності активів	0,79	1,07	1,13	1,12	1,34	1,61	1,62	1,69	1,74	1,21
Коефіцієнт оборотності основних засобів	0,50	0,79	1,08	0,90	1,04	1,25	1,08	1,09	1,63	1,17
Коефіцієнт оборотності запасів	5,98	8,51	6,17	3,30	3,45	4,71	4,46	6,04	9,65	3,57
Тривалість погашення дебіторської заборгованості	12,07	8,97	5,05	3,51	1,32	0,80	2,40	2,25	0,62	3,17

Тривалість погашення кредиторської заборгованості	47,27	17,84	2,60	2,11	1,45	1,38	1,13	0,41	0,18	2,60
---	-------	-------	------	------	------	------	------	------	------	------

Джерело: розраховано автором на підставі фінансової звітності підприємства [1]

В період 2015-2017 р. ДП «Маневицьке ЛГ» мало високу ліквідність, оскільки розраховані показники були більше 2. З 2018 р. до 2020 р. показник загальної ліквідності понизився, але відповідав нормальній ліквідності (нормативний показник нормальної ліквідності знаходиться в межах від 1 до 2). В 2021 р. та за три квартали 2022 р. підприємство знову стало високоліквідним, тобто на 1 грн. поточних зобов'язань припадає 3,07 грн. поточних активів. Таким чином підприємство має достатньо ресурсів для погашення своїх зобов'язань. Коефіцієнт швидкої ліквідності вважається достатнім, якщо значення перевищує 0,6. Для досліджуваного підприємства цей показник значно вищий нормативних значень. Дебіторська заборгованість за розрахунками з покупцями та замовниками, а також інша дебіторська заборгованість становлять всього 8% від вартості оборотних активів. Підприємство вчасно отримує плату за свою продукцію та надані послуги. Коефіцієнт абсолютної ліквідності (нормативне значення 0,2-0,3) показує, що ДП «Маневицьке ЛГ» має можливість негайно погасити короткострокову заборгованість.

Переходимо до другої групи коефіцієнтів фінансового стану. Коефіцієнт концентрації власного капіталу (нормативне значення більше 0,6) з 2015 р. має значення вище нормативного. Можна зробити висновок, що лісогосподарське підприємство фінансово стабільне підприємство і незалежне від зовнішніх кредиторів. Коефіцієнт фінансової залежності за досліджуваний період зменшився, а це означає, що позикових коштів залучається менше для фінансування підприємства. Коефіцієнт фінансової стабільності мав різне значення в різні роки. Розраховані показники свідчать про те, що на кожну 1 грн. зобов'язань підприємство має від 2 до 4 грн. власного капіталу. ДП «Маневицьке ЛГ» належить до підприємств з низьким рівнем фінансових ризиків. Коефіцієнт співвідношення власних і залучених коштів (нормативне значення менше 1) становить від 0,02 до 0,21, що відповідає нормі.

Третій блок показників – це показники ділової активності. Коефіцієнт оборотності активів говорить про те, скільки продукції і послуг реалізовано за досліджуваний період на кожну гривню використаних активів. На підприємстві, починаючи з 2014 р. цей показник більше 1, а це означає, що на кожну 1 грн. використаних активів реалізовано продукції на 1,74 грн. у 2021 р. та 1,24 грн. за дев'ять місяців 2022 р. Коефіцієнт показує, що підприємство працює, досить ефективно використовуючи свої активи. Ефективність використання основних засобів лісогосподарського підприємства засвідчує коефіцієнт фондівддачі. Коефіцієнт має тенденцію до зростання. У 2022 р. на 1 грн. вартості основних засобів вироблено продукції на 1,17 грн. Коефіцієнт оборотності запасів знаходиться в межах норми (3-6), тобто підприємство правильно використовує свої запаси. Період погашення дебіторської і кредиторської заборгованості

становить 2-3 дні, хоча в 2013 р. ці показники становили відповідно 12 та 47 днів. Правильний підхід до управління дебіторською та кредиторською заборгованістю дає свої позитивні результати.

Список використаних джерел

1. Фінансова звітність. ДП «Маневицьке ЛГ». URL: https://nw.forest.gov.ua/?page_id=17396 (дата звернення: 31.03.22023).

УДК 331.2

ОСОБЛИВОСТІ НАРАХУВАННЯ І ВИПЛАТИ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ

ТЕТЯНА ПОНОМАРЬОВА, МАРІЯ МАТЮШКО

Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна, Україна

Законодавство України змінюється щороку, а якщо враховувати ще сучасні реалії, то цілком зрозумілим є той факт, що ці зміни гарантовані задля забезпечення ефективного функціонування бюджетної сфери та важливих потреб жителів територіальних громад під час дії воєнного стану на території держави. У зв'язку із введенням воєнного стану з'явилося чимало питань у працівників та керівників бюджетних установ, які є однією з важливих складових частин фінансової системи, що повністю утримуються за рахунок державного чи місцевого бюджету. Особлива концентрація на такому питанні, як застосування норм трудового законодавства під час дії правового режиму воєнного стану.

Працівники бюджетних установ, якщо мають таку можливість, то можуть виконувати свої завдання дистанційно, за межами робочого приміщення і навіть за межами території (залежить від вибору самого працівника) за допомогою інформаційно-комунікативних технологій. Незалежно від цього вибору, вкрай важливим обов'язком власників або уповноважених органів бюджетних установ є забезпечення прав їхніх працівників на своєчасне отримання заробітної плати, яка виплачується за виконану роботу відповідно до Кодексу законів про працю [1], Закону України «Про оплату праці» [2] та інших нормативно-правових актів.

З початком війни авжеж тяжко було відразу включитися і працювати чітко по плану, тому це відбувалося поступово, відповідно до законодавства, і плани погоджувались також згодом. На фоні такого форс-мажору авжеж оголошується простій, внаслідок відсутності організаційних і технічних умов, які необхідні для виконання роботи працівникам. Постанова КМУ №221 передбачає надання права керівництву бюджетних установ на час дії воєнного стану самостійного визначення розміру оплати часу простою працівників, мінімальним рівнем якого є дві третини посадового окладу працівника (або тарифної ставки) [3]. Не забороняється виплата більшої суми заробітної плати, якщо це передбачає рішення керівництва бюджетного закладу.

У випадку рішення працівника бюджетної установи виконувати поставлені завдання за межами свого робочого місця, території, де знаходиться така установа, державному службовцю необхідно письмово погодити (засобами

зв'язку) перелік відповідних завдань та терміни їх виконання зі своїм керівником. Тобто держава до цього питання підійшла з розумінням і гнучкістю, але при цьому від працівників бюджетних установ вимагається своєчасне виконання завдань за визначеною посадою.

Через воєнні дії деякі бюджетні установи могли втратити дані для нарахування заробітної плати, такі як персональні дані працівника, реквізити особової картки для зарахування зарплати, рахунок для перерахування податків на заробітну плату. У такому випадку найкращим варіантом буде звернення до органів Державної казначейської служби України чи банківських установ, через які заробітна плата виплачувалася у минулі періоди. Для повноти інформації для нарахування заробітних плат бюджетній установі потрібен перелік працівників, яким було виплачено заробітну плату раніше, до початку дії воєнного стану, суми здійснених виплат у розрізі державних службовців, суми проведених перерахувань податків на зарплату.

Важливо зазначити, що з 24 березня 2022 року набрав чинності Закон України «Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану» [4], який практично не вніс ніяких змін до Кодексу законів про працю, але який з ним працює паралельно. Тобто те, що обумовлено у Законі «Про організацію трудових відносин», повинно працювати так, як прописано у цьому новому Законі, а чого немає у цьому Законі є у Кодексі законів про працю. Отож, новим Законом передбачене звільнення від відповідальності за порушення строків оплати праці у разі, якщо організація зможе довести, що порушення цього зобов'язання відбулося через наслідки бойових дій чи дій інших обставин непереборної сили. Тобто якщо заробітна плата була нарахована, але немає можливості через воєнні дії чи інших форс-мажорних обставин на тій території, де розміщена установа, її своєчасно виплатити, то штрафних санкцій за несвоєчасну виплату не буде. Але саме зобов'язання по оплаті праці рано чи пізно доведеться виконати. Іншими словами, звільнення від відповідальності за порушення строків не означає звільнення від виплати взагалі.

Варто зупинитися також і на такому питанні, як відпустка під час воєнного стану. Надання відпустки зі збереженням або без збереження заробітної плати, звільнення працівників повинно відбуватися за їх добровільним бажанням, не порушуючи вимоги трудового законодавства [5]. У загальному такі моменти є корисними для працівників закладів освіти та наукових установ, які виїхали за кордон чи просто не мають змоги для виконання посадових обов'язків.

Законодавством передбачена гарантія збереження місця роботи і посади, відповідно і середнього заробітку для працівників, які у робочий час здійснюють державні або громадські обов'язки [1]. Доцільним вважається розроблення індивідуального робочого режиму для таких працівників, які проходять службу в територіальній обороні, що залежить від того, наскільки службовець залучений до такої участі.

Воєнний стан, введений в Україні з 24 лютого 2022 року, вніс окремі корективи до процесу організації трудових відносин у бюджетних установах. Не на кожен виклик щодо цієї організації уряд може реагувати швидко, але поступово відповіді на свої питання учасники ринку праці можуть знаходити у

діючих законах. Економіка України навіть в умовах воєнного стану повинна працювати у посиленому режимі, тому і працівники і керівники, усі учасники ринку праці повинні докладати зусиль до цього, дотримуватися законодавства і працювати належною мірою.

Список використаних джерел

1. Кодекс Законів про працю України: Закон України від 10.12.1971 № 322-VIII (Редакція станом на 27.01.2023) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text> (дата звернення: 20.04.2023).

2. Про оплату праці: Закон України від 24.03.1995 № 108/95-ВР (Редакція станом на 01.04.2023) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 19.04.2023).

3. Деякі питання оплати праці працівників державних органів, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ та організацій, що фінансуються або дотуються з бюджету, в умовах воєнного стану: Постанова Кабінету міністрів України від 07.03.2022 № 221 (Редакція станом на 08.03.2022) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/221-2022-%D0%BF#Text> (дата звернення: 17.04.2023).

4. Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану: Закон України від 15.03.2022 № 2136-IX (Редакція станом на 19.07.2022) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2136-20#Text> (дата звернення: 30.11.2022).

5. Про відпустки: Закон України від 15.11.1996 № 504/96-ВР (Редакція станом на 01.01.2023) // База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/504/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 21.04.2023).

УДК 338

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ОСНОВІ МЕТОДУ LCC COSTING

ІННА АХНОВСЬКА, ІРИНА ВОВК

ДонНУ імені Василя Стуса, Україна

LCC Costing - це методологія розрахунку вартості продукту або послуги протягом усього життєвого циклу, включаючи витрати на виготовлення, експлуатацію, утилізацію та інші витрати, пов'язані з продуктом. Застосування LCC Costing дозволяє оцінити ефективність різних варіантів продукту з точки зору витрат і підвищити конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Тема дослідження LCC Costing є дуже актуальною, оскільки в сучасному бізнесі все більше підприємств зосереджуються на зниженні витрат та підвищенні ефективності виробництва. LCC Costing дозволяє підприємствам оцінювати не

тільки вартість виробництва, але і вартість експлуатації та утилізації продукту, що дозволяє зробити більш об'єктивний аналіз вартості продукту та визначити найбільш економічно вигідний варіант.

Крім того, з огляду на зростання обігу ресурсів та зменшення надлишкової витратної політики, LCC Costing допомагає у зменшенні загальної витратної стратегії підприємства та допомагає знизити екологічний вплив виробництва. Також, зростає увага до LCC Costing у галузі державних закупівель та проектів, де LCC Costing використовується для оцінки вартості продукту протягом усього життєвого циклу, що допомагає визначити найбільш вигідні та оптимальні рішення.

Серед авторів, які досліджували тему LCC Costing, можна виділити таких вчених та експертів, як Майкл Каплан, Мартін Бек, Герберт Амон та ін.

Метою роботи з дослідження теми LCC Costing є: вивчення практики застосування LCC Costing та визначення переваг та недоліків цього підходу.

LCC - це універсальна технологія, яка може бути застосована для широкого кола цілей, як на стадії розроблення проекту, так і в його активній фазі. Виділимо дві основні групи цілей застосування:

повний аналіз, під час якого аналізуються процеси планування, бюджетування та договорів з інвестування в активи;

відносний аналіз, під час якого проводять детальну оцінку фінансових параметрів окремих операцій, таких як придбання активів та інженерні вишукування з використанням нових технологій.

Окресливши коло використання LCC вужче, можна вказати такі напрями застосування цього методу:

- оцінка повної вартості зобов'язань з інвестування та власних активів, повного життєвого циклу продукції або проміжного періоду;
- робота над оцінкою повної вартості активів підконтрольних клієнтам, з детальним аналізом прозорості їх оцінки;
- сприяння досягненню відповідної рівноваги між первісними капітальними та майбутніми витратами;
- виявлення можливостей підвищення рентабельності з використанням засобів виробництва з великим міжсервісним інтервалом і зниженими вимогами до обслуговування;
- забезпечення максимального захисту інформації про прийняття рішень під час роботи над проектом. [1].

Основною ідеєю методу є врахування витрат, пов'язаних з етапами виробництва, експлуатації та утилізації продукту. Це дозволяє зробити більш об'єктивну оцінку вартості продукту і показати реальні витрати на його виробництво та експлуатацію протягом усього терміну його використання.

Перший етап - виробництво продукту - включає витрати на матеріали, працю, обладнання та інші витрати, пов'язані з виготовленням продукту.

Другий етап - експлуатація продукту - включає витрати на обслуговування, ремонт, заміну частин, а також на споживання енергії та інших ресурсів, пов'язаних з експлуатацією продукту.

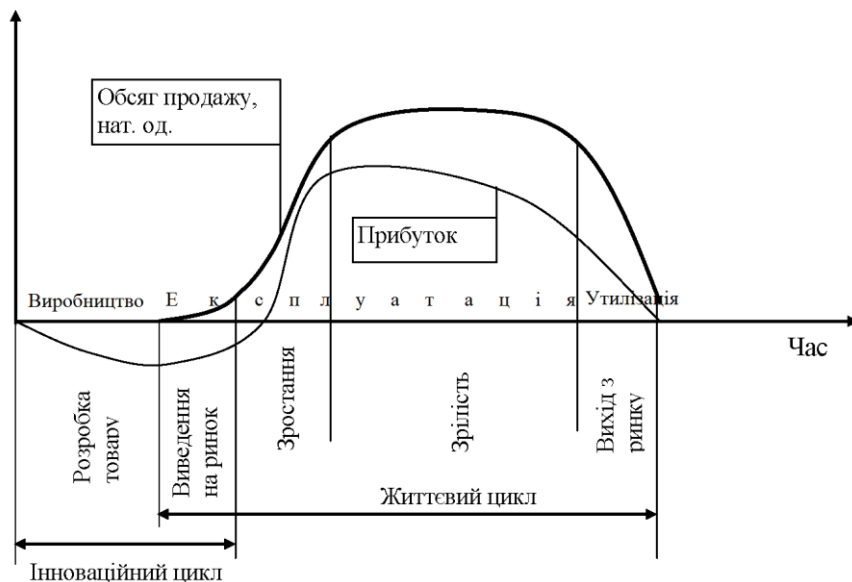


Рисунок 1 Етапи життєвого циклу продукту, що враховуються в методології LCC Costing

Третій етап - утилізація продукту - включає витрати на збір та переробку відходів, використаних частин та матеріалів, пов'язаних з продуктом. [2].

Оцінюючи витрати на кожен з цих етапів, метод LCC Costing дозволяє зробити більш об'єктивну оцінку вартості продукту та визначити найбільш ефективні технології та матеріали для виробництва, що знижує загальну вартість продукту та забезпечує його екологічну безпеку.

LCC Costing є необхідним та важливим інструментом для підприємств у сучасних умовах, оскільки дозволяє зробити більш об'єктивний аналіз вартості продукту протягом усього його життєвого циклу, включаючи етапи експлуатації та утилізації. [3]

Перш за все, LCC Costing дозволяє підприємствам зробити більш обґрунтовані рішення щодо виробництва продукту, адже вони зможуть оцінити його вартість не лише на етапі виробництва, але й на етапі експлуатації та утилізації. Це дозволить зменшити ризики та зберегти ресурси, зокрема зменшити відходи та негативний екологічний вплив.

Друге, застосування LCC Costing дозволяє знизити загальну вартість продукту протягом його життєвого циклу. Оскільки підприємство буде мати повну картину вартості продукту, включаючи етапи експлуатації та утилізації, воно зможе зробити більш обґрунтовані рішення щодо оптимізації витрат та зменшення загальної вартості.

Третє, застосування LCC Costing може покращити конкурентоспроможність підприємства, оскільки воно дозволяє зробити більш точні розрахунки вартості продукту та визначити найбільш ефективні технології та матеріали для виробництва. [4].

Нарешті, LCC Costing є важливим інструментом для державних закупівель та проектів, оскільки дозволяє визначити найбільш вигідні та оптимальні рішення для держави в цілому.

Отже, LCC Costing - це методологія, яка дозволяє оцінити вартість продукту протягом усього його життєвого циклу, враховуючи витрати на виробництво, експлуатацію та утилізацію продукту.

Застосування методу LCC Costing має важливість в сучасних умовах, коли підприємства стикаються з високими витратами на виробництво та експлуатацію продуктів. Метод дозволяє зробити більш об'єктивну оцінку вартості продукту та вибрати оптимальні технології та матеріали для виробництва, що може знизити загальну вартість продукту та забезпечити його екологічну безпеку. Також, метод LCC Costing може бути використаний для прийняття рішень про продукт, які мають більш тривалий життєвий цикл, такі як будівництво, транспортні засоби, машини та обладнання. Врахування витрат на весь життєвий цикл продукту дозволяє зробити більш обґрунтовані рішення про його придбання та використання.

Список використаних джерел

1. В.М. Божко та ін., «Логістичне управління» - Київ: КНЕУ, 2008.
2. І.В. Мельник, «Управління проектами» - Київ: Алерта, 2011.
3. І.В. Вергун, В.А. Кліменко, О.В. Головатюк та ін., «Економіка підприємства: навч. посіб.» - Київ: Центр учбової літератури, 2014.
4. О.В. Головатюк, Ю.М. Голубцев, О.В. Кравець та ін., «Управління вартістю: навч. посіб.» - Київ: КНЕУ, 2016.

СЕКЦІЯ 15. КОМУНІКАЦІЇ В СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В РАМКАХ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

УДК 378.015.31:338.46:316.7

ОСОБЛИВОСТІ ІНШОМОВНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

ГАЛИНА АПЕЛЬТ

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

В останні роки в освіті відбуваються значні зміни, які охоплюють всі сторони навчального процесу. Все частіше порушується питання про застосування сучасних методичних технологій у навчанні іноземних мов фахівців сфери обслуговування. З'являються нові способи і форми навчання, які, своєю чергою, представляють не лише різні засоби обміну та передачі інформації, з допомогою здійснюється навчальний процес, а й одну велику систему методів навчання, спрямованих на розвиток комунікативних знань майбутніх фахівців сфери обслуговування. Пошук нових методичних технологій пов'язаний із підвищенням у студентів мотивації до вивчення іноземних мов. Досвід роботи показує, що використання різних, сучасних свіжих джерел та засобів викликає у студентів інтерес, підвищує їхню мотивацію до вивчення мов.

Застосування сучасних технологій у процесі навчання іноземних мов дозволяє відтворювати навчальні ситуації, допомагає доповнювати традиційні методи навчання, сприяє формуванню основних навичок іншомовного спілкування від усвідомлення можливості висловлювати думку іншою мовою до самостійного вирішення комунікативних завдань [1].

Впровадження інтерактивних форм навчання є одним із найважливіших напрямів покращення сучасної підготовки здобувачів вищої освіти. Для викладача нового часу недостатньо бути компетентним у своїй галузі знань, тому в освітньому процесі необхідно використовувати методичні інновації, які поєднані із застосуванням інтерактивних методів навчання.

Інтерактивне навчання передбачає занурення студентів у реальне середовище ділового співробітництва для вирішення проблем з метою розвитку необхідних якостей майбутнього спеціаліста [2]. Використання інтерактивних форм навчання у роботі зі студентами має низку переваг, а саме: залучення студентів до процесу навчання як активних учасників; підвищення мотивації здобувачів вищої освіти до вивчення предмета; освоєння сучасних технічних засобів навчання; формування та розвиток навичок самостійної роботи з пошуку інформації та продуктивного використання отриманих знань на практиці.

Найбільш ефективними є наступні інтерактивні методи навчання. Метод обговорення в групах проводиться на конкретну тему для покращення порозуміння. Тренінг – форма інтерактивного навчання, метою якої є розвиток навичок міжособистісного спілкування та професійної поведінки у спілкуванні

[3]. Перевага тренінгу полягає в тому, що всі учасники активно залучені до процесу навчання.

Цікавою формою інтерактивного навчання є дискусія. Дискусія- це особистісно-орієнтоване навчання. Перевага дискусії в тому, що вона показує, наскільки добре група розуміється на певній проблемі.

Метод «мозкового штурму» досить популярний спосіб вирішення проблем шляхом стимулювання творчої активності. Відповідно до даної методики викладач пропонує групі студентів дати якнайбільше відповідей на питання [4].

У контексті проблемного навчання важлива не лише проблема освіти чи проблемне задання, а й уміле викладання питань викладачем. Питання у процесі організації діяльності студентів допоможуть навчити їх відтворювати з пам'яті отриману інформацію та виконувати репродуктивні дії [5].

Тематичні презентації – це ефективний прийом вдосконалення монологічного мовлення, що представляє великий матеріал для спілкування іноземною мовою. У процесі виступу студент має можливість використовувати ключові слова, схеми, таблиці, картинки, які підготував.

Створення тематичної презентації – це цікавий і досить трудомісткий процес. Успіх мультимедіа- виступів багато в чому залежить від дотримання вимог до створення презентації: інформативність, лаконічність, логічність, структурованість, наочність та грамотність.

Процес організації екскурсійної діяльності сприяє формуванню наступних дослідницьких умінь: висування гіпотези; визначення способу дії з урахуванням знань, здобутих у різних галузях; пошук недостатньої інформації в інформаційному полі; встановлення причинно-наслідкових зв'язків. Важливим моментом тут є те, що під час роботи над планом екскурсії студенти набувають також менеджерських умінь та навичок, а також комунікативних умінь.

Таким чином, розглянуті методи спрямовані на підвищення ефективності освоєння матеріалу, що вивчається студентами та стимулювання їх до вивчення та освоєння нових знань.

Неможливо уявити сучасний навчальний процес без використання інноваційних інтерактивних методичних технологій. Такі технології міцно обґрунтовуються в сучасній системі освіти.

Розвиток української системи освіти, який орієнтується на європейський рівень, сприяє підвищенню інтересу до опанування іноземними мовами. Знання іноземних мов як засобів спілкування необхідне для набуття студентами відповідних навичок та умінь. Володіння іноземною мовою традиційно належить до основних вимог у підготовці фахівців високого рівня, які можуть бути рентабельними на ринку праці. Знання іноземних мов дозволяє підвищувати свій професіоналізм та набувати нового досвіду на міжнародних конференціях, спілкуватися із закордонними колегами, ділитися власним досвідом і просувати свої послуги за межі України.

Список використаних джерел

1. Beck U. Qu'est-ce que le cosmopolitisme. Paris: Aubler, 2006.P.180.
2. Byrd D. R. Learning to Teach Culture in the L 2 Methods Course. *Electronic Journal of Foreign Language Teaching*. 2014. №11(1). Pp. 76-89.

3. Jiang X. Towards the internationalization of higher education from a critical perspective. *Journal of Further and Higher Education*. 2008. №32 (4). Pp. 347-358.

4. Korthagen F.A. J. *Pedagogy of Teacher Education*. In J. Loughran, M.L. Hamilton (Eds.), *International Handbook of Teacher Education*. 2016. Pp. 311-346.

5. Pennington M.C., Richards J.C. *Teacher Identity in language teaching: Intergrating personal, contextual, and professional factors*. *RELC Journal*. 2016. Pp.5-23.

УДК 811.133.1

МЕТОД АКТИВНОЇ УЧАСТІ ДЛЯ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ

ІРИНА КЛЮФІНСЬКА

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
Україна*

Викладання та вивчення іноземної мови є проблемою, зумовленою багатьма змінними, зокрема ситуаціями взаємодії. Коли вони відбуваються в стимулюючому контексті, навчання може значно підвищитися, якщо прийнятий метод роботи дозволяє як особисте, так і колективне збагачення. У контексті викладання/навчання мов для спеціалістів з інших дисциплін, якість того, що буде викладатись і вивчатись, значною мірою залежатиме не лише від мотивації кожного викладача навчити та кожного студента вчитись, а також як передавати та отримувати лінгвістичний інструмент.

Нинішні студенти будуть активними професіоналами в найближчі десятиліття. Їм доведеться займатись своєю професією в період, що характеризується масовими, прискореними та постійними змінами, які неминуче приведуть їх до самостійного навчання протягом усього життя. Необхідність адаптації до цих змін вимагає розвитку спеціальних навичок.

У такому контексті правомірно задуматися про те, як адекватно підготувати студентів до майбутнього професійного життя. Накопичення знань уже не здається достатнім для інтеграції в суспільство, яке все більше вимагає оволодіння знаннями, перетвореними на навички. У сфері опанування іноземною мовою за професійним спрямуванням навчальні цілі студентів мають бути спрямовані на розвиток навичок. Таким чином, студенти хочуть отримати оперативні знання, щоб розвинути комунікативні навички за допомогою використання іноземної мови.

Мета мови за професійним спрямуванням полягає в тому, щоб дозволити соціально-професійній групі говорити про свою спеціальність іноземною мовою та працювати іноземною мовою за своєю спеціальністю. Таким чином, цільовою мовою буде мова соціально-професійної групи в рамках її професії, у нашому випадку інженера з нафтогазової справи.

Створення програми курсу іноземної мови за професійним спрямуванням для майбутніх інженерів-нафтовиків базується на конкретних мовних потребах

професійної групи здобувачів. З цією метою у програмі відображено комунікаційні ситуації, типи дискурсу та культурну інформацію, яка може з'явитися в професійному середовищі. Така інформація є тим більш необхідною, оскільки викладач мови за професійним спрямуванням є перш за все викладачем мови, а не спеціалістом у середовищі, де працюватимуть здобувачі.

Навчання будується через процеси, розроблені студентами на основі діяльності, яку вони виконують. Результати цих процесів можна класифікувати за двома категоріями: «поверхнєве або декларативне» навчання та «глибоке або функціональне» навчання. Викладач повинен знати методологічні ключі, які визначають ці два типи навчання, оскільки якість його дій залежатиме від його здатності стимулювати глибоке навчання. Таким чином, спосіб, що найбільше підходить для отримання глибокого навчання, полягав би у залученні студента до особистої та автономної роботи з подальшою колективною роботою в групі, де він навчався б у процесі дії.

Спільна робота розвиває комунікативні навички та покращує особисті здібності через конфронтацію та аргументацію. Ця командна робота також сприяє розвитку методичних та організаційних навичок, корисних для здійснення майбутньої професії студентів.

Зараз метод активної участі викликає зростаючий інтерес. Однак важко визначити, наскільки цей метод підходить для викладання/навчання іноземної мови за професійним спрямуванням. Метод активної участі порушує традиційний метод, оскільки він не тримає студента в пасивній ролі отримання інформації; навпаки, він залучає його до активних дій, щоб представити своє бачення проблеми, усно захистити свої ідеї, розвинути серйозну аргументацію, щоб таким чином розгорнути його творчість завдяки використанню лінгвістичного інструменту. П. Сір визначає такий метод як «набір операцій, які виконуються учнями для вивчення, інтеграції та повторного використання цільової мови» [1, с.36].

Традиційно існує два основних типи концепцій освіти: підхід, орієнтований на зміст і орієнтований на викладача, коли студенти вважаються досить пасивними одержувачами змісту, який передає викладач; інший орієнтований на «навчання» і зосереджений на студентові, де викладач більше стурбований сприянню навчання.

Більшості студентів бракує комунікативних мовних навичок, таких як: ведення нотаток, невміння спілкуватися чи висловлюватися перед великою аудиторією. Викладач намагається створити певну взаємодію та залучає студентів до дискусії. Не всі студенти наважуються взяти в ній участь. Деякі вагаються це зробити через недостатнє володіння іноземною мовою.

Метод активної участі є скоріше інноваційним варіантом серед багатьох інших, але це метод, який поступово доводить свою цінність, незважаючи на такі обмежувальні фактори, як страх перед змінами, академічний опір, нерухомість певних освітніх організацій і усталені педагогічні звички.

Світ праці під впливом нових технологій і глобалізації став складним світом, який сприяє колективній діяльності, що вимагає співпраці (спільна робота над тим самим завданням) і координації (узгодженого програмування втручань у

часі). «Коллективна діяльність відрізняється від індивідуальної діяльності наявністю координації, для якої спілкування часто відіграє важливу роль» [2, с.163].

Список використаних джерел

1. Cyr P. Les stratégies d'apprentissage, Paris, CLE International. 1998. Режим доступу:

https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4904571/mod_resource/content/1/

Cyr%20strategies%20apprentissage.pdf – Назва екрана. – Дата перегляду : 10.01.2023.

2. Leplat J. Formation et didactique professionnelles : un chemin psychologique dans l'histoire. Travail et Apprentissages 2008/1 (N° 1), p.p. 22 à 33. Режим доступу:

<https://www.cairn.info/revue-travail-et-apprentissages-2008-1-page-22.htm>–

Назва екрана. – Дата перегляду : 10.01.2023.

УДК 81'37 + 81'367:81'367.5:164.2

ПРЕДИКАТИ СТАНУ У СЕМАНТИЧНОТРАНСФОРМОВАНИХ РЕЧЕННЯХ

ІРИНА ДЗІВІДЗІНСЬКА

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
Україна*

Випадки імпліцитного вираження тих семантико-синтаксичних одиниць, які сприймаються учасниками комунікації, науковці називають “незаміщеною позицією” або “значущим нулем”, у ролі якого може виступати фактично будь-який член речення [див.: 1]. Проблема нульового або елімінованого суб'єкта у висловлюваннях на кшталт *Йому неспокійно* у співвіднесеності із суб'єктними типу *Він неспокійний* розглядається з позиції семантичних трансформацій і синтаксичної конгруентності [див.: 2]. Вивчення ступеня подібності конструкцій, об'єднаних формальною схожістю, уможливить ствердити або заперити наявність еквівалентних або конгруентних варіантів однієї конструкції. Сучасні науковці здебільшого розрізняють безсуб'єктні моделі на кшталт *Йому неспокійно* і суб'єктні на кшталт *Він неспокійний* за ознаками зовнішньої виявленості / невиявленості стану особи [1, с. 192-193]. Однак лише друга модель позначена цією ознакою: в ній повідомляється про зовнішню виявленість стану в категоріях семантичної моделі речення. Значення ад'єктива, що утворює другу модель, містить позначення на сприйняття спостерігача-адресата, відмінного від суб'єкта стану. Неможливість трансформації конструкцій на кшталт *Мені легко; Мені холодно* у **Я легкий; *Я холодний* пояснюють “узуальними обмеженнями” й “дефектністю самого предикатива”. Трансформації предикатної конструкції з давальним суб'єкта стану не допустима, очевидно, у зв'язку із наявністю семантики оцінки, наприклад: *Відколи його поранило, минуло три дні. І дедалі йому все гіршало* (О. Довженко). Проте не тільки предикати з оцінною негацією не мають активного трансформ. Неможливо трансформувати в суб'єктні

конструкції також предикати з позитивною оцінкою емоційного стану: *Мені добре. Їм приємно й под.; пор., наприклад: І хороше, і дивно, і радісно стає мені, малому, в цім світі* (М. Стельмах). Елімінована позиція суб'єкта може бути заміщена за допомогою контексту, у той час як предикат стану трансформаційним змінам не підлягає. Конструкції *Я хороший; Я дивний; Я радісний* семантично некоректні як трансформи висловлювань *Мені хороше; Мені дивно; Мені радісно*. Ад'єктиви не утворюють конструкцій, семантично конгруентних з безсуб'єктними структурами. Вони не мають валентності на експерієнсива в номінативі.

Предикати стану навколишнього середовища *похмуро, хмарно, захмарено, душно, затишно, морозно, сніжно, тепло, холодно* і под. мають свої кореляти. Стану довкілля, як і фізичному стану особи, на думку Н. В. Кавери, “властиве незалежне, автономне щодо носія стану існування. Причиною виникнення того чи іншого стану є зовнішня стосовно носія стану сила” [2, с. 83], наприклад: *Як несли його тихо в нове житло / По бруку, по бруку, по бруку, – / Був місяць май. Сонце пекло. ... Мерзли руки* (Б. Олійник). Наведений приклад засвідчує необов'язковість відповідності стану природи станові суб'єкта. Суб'єкт стану маркується пасивністю, неволютативністю. Не простежується корелятивності конструкцій з інактивним суб'єктом конструкцій з ад'єктивом при трансформуванні у висловлювання з суб'єктом в номінативі. До таких конструкцій входять предикати фізичного стану із термальним значенням перегріву або переохолодження: *Йому спекотно, жарко, душно, гаряче, тепло; Йому холодно, прохолодно, свіжо, сирі, мокро*, наприклад: *Під ногами мокро, чути весну. Навіть від мокрої землі чути* (У. Самчук). Предикат *мокро* у наведеному прикладі розглядається як результат дії виявів неживих об'єктів навколишнього середовища. Конструктивно необхідним компонентом подібних висловлювань є локатив, що репрезентує простір, у якому відбувається дія невизначеного суб'єкта.

Не мають трансформів з суб'єктом в номінативі такі безсуб'єктні речення:

– з предикатом тактильного відчуття: *твердо, м'яко, жорстко, шершаво, шерхло, шорстко, шерехато, колько, колючо*, наприклад: *Зарості малини, прогортаються. Колюче, біль* (Ю. Олійник);

– з предикатом м'язового відчуття: *тяжко, трудно, нелегко, легко, неважко, просто*, наприклад: – *А мені – от легко!* – всміхнулася Олександра (В. Шевчук);

– з предикатом кольору, порівняйте спорадичні використання: *І морозець, і перший сніг... / А на душі так чисто й біло* (В. Крищенко).

– з предикатом смаку: *смачно, добре, кисло, соковито, солодко, гірко, гостро, нудотно, пряно*. Наприклад: *Не міг я в тій масці, задихався, зняв ... А на вечір очі мої налилися кров'ю, нудило, крутило ...* (М. Вайно).

Не мають семантично конгруентних трансформів висловлювання з інактивним суб'єктом і предикатом більшового або дискомфортного відчуття на кшталт *Йому боляче; Йому погано, зле*, наприклад: *Його то кидало в жар, то морозило, аж трясло* (О. Гончар). Водночас конструкції з давальним експерієнсива не використовуються на позначення фізичного стану сну, втомленості, сп'яніння. Порівняйте неможливість використання: **Йому сонно; *Йому стомлено; *Йому п'яно*. Здатність деяких предикатів поєднувати в собі семантику стану з семантикою оцінки не заперечується, проте існує думка про конструктивну

зумовленість поєднання в тій самій лексемі оцінного та статального значення, оскільки кожне з них реалізується у певній синтаксичній конструкції. Висловлення *Він сонний / стомлений / п'яний* номінує стан, проте у реченні **Йому сонно, стомлено, п'яно* подається дескрипція стану.

Таким чином, простежуємо обмежену кількість корелятивних пар у сучасній українській мові. Модель з суб'єктом фізичного стану функціонує і є продуктивною, оскільки здатна залучати в метафоричних значеннях предикати смаку, світла, кольору. Отже предикативи, що беруть участь у формуванні моделей з давальним суб'єкта стану, відкривають суб'єктну позицію, орієнтовану на інактивний суб'єкт. Синонімічні конструкції з різними поверхневими структурами подібні за своєю сутністю на рівні глибинної структури, тобто еквівалентні конструкції мають ідентичні глибинні структури, навіть якщо їх поверхневі структури різняться одна від одної. Висловлюванням властива кореляція на кшталт *Йому весело. – Він веселий*. Однак виникає сумнів щодо можливості зарахування подібної співвідносності до продуктивних у сучасній українській мові. Конструкції з дативом суб'єкта, що є моделлю з типовою семантикою “позначення фізичного стану суб'єкта”, утворюють трансформи з суб'єктом стану в номінативі і з предикатом-ад'єктивом.

Список використаних джерел

1. Гуйванюк Н. В. Формально-семантичні співвідношення в системі синтаксичних одиниць : [монографія] / Ніна Гуйванюк. Чернівці : Рута, 1999. 336 с.
2. Кавера Н. В. Суб'єктна синтаксема в семантико-синтаксичній структурі речень із відприслівниковими предикатами стану. *Рідний край*. № 1 (14) 2006. С. 82-87.

УДК 372.8:004.4

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ

РОМАН ПОЗНАНСЬКИЙ

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

Удосконалення та оптимізація процесу навчання неможливі без вибору найбільш доцільних методів і форм передачі знань, прискорюють процес навчання та підвищують його ефективність, дозволяючи активніше використовувати виховний потенціал студентів. Викладання іноземної мови передбачає оволодіння прийомами мовленнєвої діяльності. Тому необхідно говорити про комунікативну компетенцію як про одну з основних цілей навчання іноземної мови, а процес формування комунікативних навичок можливий при поєднанні традиційних та інноваційних методів, але з сильним акцентом на інтенсифікацію навчального процесу та самостійної роботи студентів. Вивчення іноземної мови особливо важливо для майбутніх перекладачів, де головною метою є не лише засвоєння нового матеріалу, а й вміння ефективно

використовувати його в усному та писемному мовленні. Дана мета потребує якісно нових підходів до змістовних та організаційно-методичних аспектів лінгводидактичної діяльності. Разом з тим, безсумнівно, принцип комунікативності має залишатися основним методичним принципом навчання іноземної мови. Комунікативний підхід у підготовці майбутніх перекладачів полягає у створенні ситуацій, максимально наближених до особливостей реального процесу спілкування іноземною мовою.

Метою роботи є дослідження формування перекладацької компетентності майбутніх перекладачів для забезпечення ринку праці якісно підготовленими фахівцями. Для досягнення мети визначено наступні завдання: в загальних рисах проаналізувати формування комунікативної компетентності майбутніх перекладачів; визначити основні методи формування комунікативної компетентності майбутніх перекладачів; визначити результат від навчального процесу в ЗВО для формування перекладацької компетентності майбутніх перекладачів. При проведенні дослідження були використані загальнонаукові й спеціальні методи дослідження, зокрема аналіз і синтез, порівняння, узагальнення, педагогічний і соціологічний аналіз.

З-за сучасних умов перекладач повинен вільно володіти розмовною іноземною мовою та професійною іноземною мовою для активного використання як у повсякденному житті, так і у сфері професійної діяльності. В сучасному діловому світі однією з головних проблем, яка існує у будь-якій компанії чи організації, є підбір висококваліфікованого персоналу, який може забезпечити виживання на ринку. Вчені, які базуються на компетентнісному підході, зазначають, що різниця між компетентним та висококваліфікованим перекладачем полягає в тому, що раніше існував не просто певний рівень знань і навичок, але й те, як вони можуть використовувати їх у своїй перекладацькій діяльності [1].

Експерти програми DeSeCo визначають компетентність як здатність успішно реагувати на індивідуальні та соціальні потреби, виконувати поставлені завдання. Водночас компетентність базується на поєднанні взаєморелевантних когнітивних відносин, практичних навичок, емоцій та знань, тобто всього, що можна мобілізувати для діяльності [2].

Термін «комунікативна компетентність» був введений у науковий простір Гамперцем і Хаймсом (1972), де американські вчені розглядають поняття «комунікативна компетентність» як здатність, що формується в процесі взаємодії особистості та соціального середовища [3]. Загалом комунікативну компетентність визначають як комунікативне управління, яке передбачає не лише знання мови, а й відповідний рівень практичного володіння нею залежно від конкретної мовленнєвої ситуації.

Компонентами перекладацької компетентності майбутніх фахівців є різні категорії компетенцій: 1) соціокультурна компетентність (знання особливостей країни та мови, здатність здійснювати різні діяльності в цьому суспільстві); 2) мовленнєва компетентність (мовлення, аудіювання, читання, письмо); 3) прагматичні компетенції – загальні навички та вміння: слухати, сприймати, аналізувати, будувати мовленнєві ситуації; 4) дискурсивні компетенції – це

вміння керувати мовленням і структурувати його відповідно до теми; 5) функціональні компетенції – здатність перешкоджати всім формам мовленнєвих висловлювань; 6) компетентність взаємодії – здатність до соціальної взаємодії в певних схемах, моделях.

Реалізації навчально-виховного процесу розвитку комунікативної компетентності майбутніх перекладачів сприяють різні засоби групової роботи. Робота в малих групах студентів за принципом роботи в тимчасових групах під час виконання частини завдання сприяє розвитку багатьох особистісних якостей студентів, об'єднаних спільною виховною метою.

Випускники закладів вищої освіти найчастіше не готові до побудови стосунків з різними партнерами по спілкуванню, не навчаються ефективних методів спілкування для ефективної координації спільної діяльності та побудови взаєморозуміння. Під час групової роботи в процесі взаємодії досягається загальне рішення, де студенти вчаться пробивати свої постійні думки, знаходити новий спосіб мислення для вирішення проблеми.

Цінність групової роботи полягає в розвитку лідерських якостей, великій силі переконання; більшій впевненості в собі; більшій відповідальності; удосконаленні комунікативних навичок тощо [4]. Отже, використання групових форм роботи є однією з умов формування комунікативної компетентності майбутнього перекладача, яка зберігає свою головну властивість – бути формою співпраці в процесі навчання та створювати умови для спілкування.

Розвиток комунікативної компетентності необхідний для здійснення професійної діяльності, що дозволяє майбутнім перекладачам підвищити відповідність умінь і навичок відповідно до інтернаціоналізаційних вимог та вимог компаній.

На основі методик формування комунікативної компетентності майбутніх перекладачів запропоновано рекомендації, які можуть бути використані викладачами в навчальному процесі:

1. Роботу над формуванням перекладацької компетенції слід починати з вивчення основ теорії перекладу: студентам необхідно дати поняття про одиниці перекладу і перекладацькі трансформації.

2. Необхідно сформувати навик пошуку оптимальних одиниць перекладу в тексті і застосування найбільш адекватних перекладацьких трансформацій для кожної одиниці перекладу.

3. Безпосередню роботу над перекладом тексту необхідно розбивати на етапи.

4. Після виконання студентами перекладу текстів рекомендується проводити рефлексію отриманих результатів, а саме – зачитувати найбільш еквівалентні переклади, фіксуючи увагу на вдало використаних перекладацьких трансформаціях, а також проаналізувати невдалі переклади, попрацювати разом зі студентами над виправленням помилок.

Отже, можна зробити висновок, що формування перекладацької компетентності майбутніх перекладачів закладів вищої освіти сприяє адаптації до успішного працевлаштування після закінчення навчання та фаховій відповідності вітчизняному та міжнародному ринку праці.

Список використаних джерел

1. Хоцкіна С. М. Формування комунікативної компетентності майбутніх економістів у процесі вивчення гуманітарних дисциплін: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.04. «Теорія та методика професійної освіти. К.: Київський університет ім. Б. Грінченка, 2013. 20 с.

2. Definition and Selection of Competencies. Theoretical and Conceptual Foundations (DESECO). Strategy Paper on Key Competencies. An Overarching Frame of Reference for an Assessment and Research Program – OECD (Draft). 2002. URL: <http://www.kaapeli.fi/~vsy/eaee/policy/b/DeSeCo.doc>

3. Gumperz J. J., Hymes D. H. Directions in sociolinguistics: The ethnography of communication. New York: Holt, Rinehart and Winston. 1972.

4. Luchaninova O., Koval V., Deforz H., Nakonechna L., Golovnia O. Formation of communicative competence of future specialists by means of group work. *Espacios*. 2019. Vol. 40 (Num. 41). Pp. 11-18.

УДК 316.74:81

SWITCHING DIRECT AND INDIRECT TYPES OF COMMUNICATION IN HOSPITALITY INDUSTRY

OLEKSANDR POZDNIAKOV

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Ukraine

Effective communication is essential for efficient professional activity in hospitality industry. It fosters cooperation and decreases confusion. It should be mentioned that your clients and colleagues often employ different communication styles. Understanding others' communication styles can help you interpret messages and deliver effective and clear instructions yourself [1].

The hospitality industry is a broad category of fields within the service industry that includes lodging, food and drink service, event planning, theme parks, travel and tourism. It includes hotels, tourism agencies, restaurants and bars. According to the Cambridge Business English Dictionary, the hospitality industry consists of hotels and food service, equivalent to the North American Industry Classification System code 72, "Accommodation and Food Service" [2]. Based on the above definition, it is clearly seen that choosing relevant means of communication creates auspicious preconditions for successful operating.

Hospitality industry is a field of service industry where a high level of expertise in applying various types of communication is of particular importance. At the same time, switching communication styles facilitates achieving your professional goals.

Communicative style itself is determined as an individual or collective stable form of human communicative behavior (within a certain language and cultural community), which is revealed in the process of communication. It is determined by using characteristic verbal and non-verbal means depending on the speaker's pragmatic intentions and national specificity of communicative discourse [3, p. 240].

However, the term “style” in this case does not correspond to a language, but to a certain person or group of people (such as national or ethnic community), using a historically, socially and culturally established set of verbal and non-verbal communication patterns [3, p. 240].

Choosing a relevant communication type is determined by changing communicative environment. It often happens in hospitality industry where there is an active interaction between representatives of different social values and cultural backgrounds.

Two important types of communication, which should be taken into consideration when working in hospitality industry, are direct and indirect communication. Knowing the differences between direct and indirect communication can help you understand how to interpret a message. Recognizing your counterpart’s communication style makes you more likely to avoid misunderstandings and potential conflicts. Working in hospitality industry, it is sometimes necessary to switch these communication types in order to find suitable combination of verbal and non-verbal means.

Direct communication is a way of conveying clear messages or instructions. It involves sharing what you feel or think without the possibility of a recipient becoming confused. In the workplace, direct communication helps clarify who has the authority to give instructions and what the instructions are. Situations that require direct communication include those that don’t allow for compromise or involve a conflict to solve quickly [1].

Direct communicators often use clear messages that require few words to express. They often focus on the clarity of their message rather than its interpretation. For example, a direct communicator might simply say “no” to requests they don’t want to do or ones that make them uncomfortable. In turn, indirect communication often involves subtle language, including a particular choice of words to maintain polite speech and avoid offending the receiver. Being polite is often more important than being succinct as an indirect communicator [1].

Using direct communication style suggests maximally complete formulation of thoughts and intentions directly using the language. It is characteristic of such cultures, as American, British, Australian, German, Israeli, etc. People of these nations tend to use words and phrases that emphasize confidence and certainty. As for Ukrainian communication culture, the use of the above mentioned verbal means is also not exceptional, on the other hand, it is not as clearly expressed [3, p. 241].

Indirect communication style is characterized by indirect expression of thoughts, which is formulated mainly by uncertainty of statements, as well as active use of non-verbal means of communication. It is characteristic of Eastern cultures, in which politeness and harmony of relations are of high value. The Chinese, Japanese, and other Eastern peoples, for whom maintaining interpersonal relations is the main thing, hardly use the word “no” for refusal. They can remain silent and even agree with their communication partner, because the word “no” in their cultural context destroys the atmosphere of positivity [3, p. 242].

Thus, direct communication is easy to interpret because the speaker clearly states their message in a few simple words. The meaning of their message is explicit, so their statements present little risk of misunderstanding. Indirect communication often

requires a listener to interpret their message using nonverbal cues, tone and the context of the discussion. When analyzing indirect communication, a listener often gathers information from other sources, so the speaker's intentions are implicit. It might be challenging for someone accustomed to a more direct communication style to understand the meaning of indirect statements [1].

Consequently, cultures that often use more direct communication, typically Western cultures, usually appreciate straightforward truthfulness in a business setting. In cultures where indirect communication is prevalent, typically in Eastern cultures, people often consider it impolite to communicate negative information directly. If you conduct business with people who prefer indirect communication, diplomatic strategies and politeness when confronting a disagreement might work best [1].

Therefore, dealing with customers and business partners in a multicultural environment, hospitality industry professionals have to pay particular attention to appropriateness in using both direct and indirect communication types, bearing in mind cultural (including religious), ethnic, and social affiliation.

References

1. Direct vs. Indirect Communication: Definition and Differences. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/direct-communication>.
2. Hospitality industry. Cambridge Business English Dictionary. Cambridge University Press, 2011, 958 p.
3. Manakin V. M. Language and Intercultural Communication [Mova i mizhkulturna komunikatsiia] – К. : Akademiia, 2012, 288 p. [in Ukrainian]

УДК 338.48[316.77:004.67]005.412(043.2)

КОМУНІКАЦІЇ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ПОСЛУГ

ЛІЛІЯ КОПЧАК

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

За останні кілька десятиліть сталий розвиток став однією з найактуальніших концепцій поступального руху до досягнення поставлених цілей. Щоб концепція сталого розвитку стала дієвою, необхідна чітка і злагоджена комунікація та інформація суспільства. Ці дві взаємодоповнюючі складові відіграють стратегічну та фундаментальну роль, оскільки: сприяють взаємодії різних факторів розвитку, покращують обмін знаннями та інформацією, а також заохочують участь усіх зацікавлених сторін.

Сфера обслуговування, зокрема туризм, значною мірою залежить від комунікації, чи то для повідомлення про привабливість дестинації, чи для спілкування між компаніями, чи для безпосереднього спілкування з клієнтом. У технологічному та медійному плані туристична комунікація відбувається в різних формах, зокрема через друковані ЗМІ, телебачення, радіо, інтернет тощо. Використовуючи широкий спектр медіа та технологічних пристроїв, можна

повідомити відвідувачам туристичних агенцій чи туристичних сайтів необхідну їм інформацію про місцевості, визначні місця, готелі та курорти.

Комунікативна парадигма навколо туристичної комунікації, заснована на трьох різних способах такої комунікації, але гібридизованих відповідно до викликів сьогодення, а саме: а) спосіб комунікації, який використовувався найактивніше ще до пандемії COVID-19 і полягає у співприсутності (бесіди віч-на-віч тощо); б) спосіб масової комунікації, характерний для сучасних суспільств (преса, радіо, телебачення); та в) режим цифрової комунікації, пов'язаний із використанням комп'ютерних технологій та інтернету (кіберпростір, кіберчас), що поширився в даний час в усіх сферах діяльності людини.

Акцентуючи увагу на комунікаціях у сфері обслуговування, ми враховуємо три основних способи спілкування: а) міжособистісна взаємодія віч-на-віч між туристами та мешканцями, громадянами та іммігрантами в фізичному та соціальному місці призначення; б) класична опосередкована комунікація, здійснювана туристами через туристичні інституції (центральні чи місцеві офіси туризму), туристичні організації (туристичні агенції) та через засоби масової інформації, наприклад, газети, телебачення; в) цифрові медіа, наприклад, туристичні сайти та соціальні мережі, а останнім часом і цифрові мобільні медіа. Мобільні пристрої є основним інструментом, який сприяє появі як так званого електронного та інтернет-туризму, так і більш орієнтованого на мобільні пристрої мобільного туризму.

Основні чинники розвитку комунікацій в системах «турфірма-турист» і «турист-турист» потрібно розділити на такі групи: 1) культурні; 2) соціальні; 3) інституціональні; 4) інфраструктура.

Характер і канали комунікації в туризмі істотно залежать від виду туризму за його цільовим призначенням, що визначає зміст інформації, що передається. Це стосується практично всіх видів туризму, наприклад, подійного, лікувально-оздоровчого, освітнього, паломницького, пригодницького туризму. З точки зору турфірми комунікація визначається маркетинговою політикою, з точки зору туриста вона важлива, тому що дає можливість оптимально реалізувати свої цілі.

Ще однією сферою, де комунікація є принципово важливою, є туристична освіта. Комунікація є частиною основи освітнього процесу і, відповідно, стає педагогічною проблемою з точки зору передачі знань. Освітня комунікація в сфері туризму набуває специфіки, виходячи зі змісту курсів, де наявні історичні, культурні знання, спеціальні компетенції, а також з багатомовної підготовки.

Важливість комунікації в туристичному процесі породжує необхідність відповідних інновацій в діяльності турфірм, туроператорів, готельного та ресторанного бізнесу, транспортних підприємств. Це, перш за все, організаційні і маркетингові інновації. При цьому, частина може бути пов'язана з новим використанням ІТ, які зараз широко розглядаються в сучасній науці [1, с. 73]. Такі інновації стосуються: розробки веб-сайтів як каналів передачі інформації, баз даних, пошукових програм, механізмів комунікації через Інтернет і телефонний зв'язок. У плані комунікації в туризмі інновації стосуються підвищення активності туристів, поширення нових практик і розвитку туристичної інфраструктури, до якої також відносяться інформаційні засоби. Комунікація є

складовою не тільки туризму як процесу, але і туристичного продукту, забезпечуючи реалізацію всіх його компонентів[2].

Отже, комунікація в туризмі є окремою сферою інновацій, які мають суттєві особливості. Розвиток комунікації є надзвичайно важливим і потребує підтримки в туристичній політиці держави, що може стати визначальним фактором конкурентоспроможності та сприятиме підвищенню результативності різних видів комунікацій з акцентом на цифрові медіа комунікації. З огляду на різноманітне проникнення ІТ в сферу туризму, вдосконалення його інформаційної інфраструктури є основним шляхом розвитку комунікації в цій сфері, що передбачає створення ряду нових інформаційних галузевих систем.

Список використаних джерел

1. Ханін І.Г. Інституційні передумови функціонування інформаційного простору національної економіки : монографія. Донецьк: АРТ-ПРЕС, 2012. 270 с.
2. Макарова М.В. Комунікації в туризмі: основи дослідження, види та шляхи розвитку. *Ефективна економіка* №1. Київ. 2017. Макарова М.В. Комунікації в туризмі: основи дослідження, види та шляхи розвитку. *Ефективна економіка* №1. Київ. 2017. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5832>

УДК 81'24[337.016:81.111]37.091.33(043.2)

METHODS AND TECHNIQUES USED IN TEACHING A FOREIGN LANGUAGE IN TERMS OF ITS COMMUNICATIVE VALUE

MARIANNA ZHUMBEI

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Ukraine

Students of Ukraine have been studying in crisis conditions for four consecutive years, from 2020 to 2023. While at the period of quarantine, educational processes were completely reformed in accordance with the requirements of distance learning in order to reduce the incidence of COVID-19, in 2022 the new threats to Ukrainian society and institutions of secondary and higher education arose, which require the latest approaches to the education organization.

The teachers bear the main burden of responsibility to organize educational process at the appropriate level in the conditions of war. However, the learning outcomes proposed to be achieved have remained unchanged despite the pandemic, full-scale war, power cuts and lack of Internet.

Today, the highly qualified experts of tourism with the knowledge of foreign languages and ability to cooperate with foreign partners, make independent decisions in real situations, see the prospects and plan the strategy and tactics of the industry are of great demand. The important qualities of tourism experts are communicativeness, ingenuity, creativity, ability to engage in dialogue with partners by means of following the norms of cultural, business and linguistic ethics. Therefore, the problem of learning a

foreign language is becoming of particular significance in the process of training tourism experts.

Thus, a potential tourism expert must be able to communicate effectively with foreign partners, have a perfect memory, logical thinking and business skills, be able to apply the acquired knowledge of a foreign language in practice with the purpose of achieving professionally significant goals[1].

Obtaining the foreign language knowledge and skills required for work in tourism sphere is possible under the condition of using effective methods and teaching techniques. The main methods used in higher education institutions of Ukraine and the world are:

1. *The traditional method* of learning a foreign language is aimed at the development of communicative competence (knowledge of the grammatical structure of language, proficiency of a minimum vocabulary). It provides development of basic communicative skills (speaking, listening, reading and writing). This method is considered less effective than others, especially when it comes to training the future tourism professionals.

2. *The communicative method* includes study of the foreign language culture via communication. The application of this method is aimed at the development of written and oral communication skills in the process of live communication. Vocabulary, grammar structures of a foreign language are presented to the student in the context of a real, emotionally coloured situation, which contributes to the quick memorization of the studied material. Consequently, communicative competence is developed, which is a priority in the process of training students planning to work in tourism sphere.

3. *The audiovisual method* assists in learning a foreign language through speaking and listening. Speaking means the competent expression of one's opinion in a foreign language. Listening is understanding both the teacher's language and a live, foreign language at a natural pace. This method involves using audio- and video-technical means.

The regular use of the audiovisual method will help overcome many difficulties in learning a foreign language [2].

4. *The project method* involves preparation of a project in a foreign language aimed at solving practical problems. Application of the project method allows teachers to combine educational activities with creative, scientific, research and practical ones. The student is taught how to competently present the results of his project activities in a foreign language, concisely state his point of view, correctly choose the tools for demonstrating project results, and use various linguistic ways of expressing thoughts. In the process of learning a foreign language, projects prepared by students may gradually become more complicated [3].

5. *The game-based method*. By means of a game, teachers can model real-life situations related to the use of a foreign language. Game situations stimulate the students' active usage of verbal and non-verbal methods of communication to solve the tasks. The introduction of a game component provokes students' interest, awakens positive emotions, focuses attention on solving the task, and achieves the goal of the lesson in an entertaining way. The educational game is an imitation of an event or

situation which could potentially arise in the professional activity of a future tourism expert.

Teaching students a foreign language involves using certain techniques aimed at improving quality of classes, perception of information and increase in students' motivation. These techniques are: debates, brainstorming, situational modelling (business games), language portfolio, case-study.

Modern methods and techniques of teaching a foreign language are gradually being implemented by institutions of higher education, engaged in the process of training tourism experts. This is facilitated by reforming the educational process in accordance with the European requirements to the quality of higher education, in particular the integration processes that take place in modern Ukrainian education.

To conclude, methods and teaching techniques emphasize the development of students' communication skills and the ability to apply the acquired knowledge of a foreign language in practice, that is, professional activity.

References

1. Кобзар Н. В. Роль міжкультурної комунікації в діяльності менеджерів туризму. Вісник ЛНУ ім. Т. Шевченка. 2011. № 14 (225). 48 с.
2. Назаренко М. М. Особливості використання аудіовізуального методу при вивченні іноземної мови у багатонаціональній аудиторії. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна». Вип. 64. С. 39-41.
3. Хорушко Н. М. З досвіду використання проектної методики у викладанні англійської мови. Іноземні мови. 2002. № 1. С. 16-18.

УДК 378.015.31:338.46:316.7

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

НАДІЯ САВЧУК, ЛІЛІЯ ПРИЙМАК

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна

Важливою складовою професійної підготовки є опанування будь-якою іноземною мовою. Конкурентноспроможні фахівці мають володіти декількома іноземними мовами, адже іноземні мови- це інструменти для успішного спілкування на різних рівнях та у різних професійних галузях. У цьому контексті, «постає питання змісту іншомовної компетентності та спектра умінь і навичок, необхідних фахівцю» сфери обслуговування для подальшої професійної діяльності [1].

Рівень сформованості іншомовної компетентності фахівця сфери обслуговування допомагає визначити спроможність здійснювати професійну діяльність іноземною мовою. У першу чергу, професійне навчання передбачає вивчення спеціальної лексики та граматики в контексті сфери обслуговування. У цьому аспекті гарно розглянуто вимоги до навчання професійної діяльності у роботі Б. Кукса «Сучасні дослідження проблем навчання міжкультурного

ділового спілкування майбутніх фахівців у галузі туризму», у якій наголошується про необхідність опанування «штампів професійного етикету спілкування, набуття навичок усного і письмового мовлення, слухового сприйняття повідомлення і відповідної реакції на нього, розвиток перекладацьких умінь, формування вмінь вести ділову професійно орієнтовану бесіду, вміння здійснювати публічний виступ, уміння вести та аналізувати професійну документацію, вести ділове листування та обмінюватися інформацією телефоном, оволодіння методикою та прийомами самоосвіти тощо [2].

При цьому слід враховувати, що професійна комунікація іноземною мовою в сфері обслуговування має певні особливості. Пріоритетним є вільне володіння усним спілкуванням майбутніми співробітниками сфери обслуговування. Очевидно, що успіх у роботі із закордонними гостями та партнерами залежить як від гарного володіння іноземною мовою, так і «від уміння працювати в міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до інших культур, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці» [3].

Студенти напряму підготовки сфери обслуговування повинні створювати під час спілкування психологічний комфорт, вміти встановлювати ділові контакти, вибудовувати стосунки із співрозмовниками, а також усвідомлювати специфіку іншомовного спілкування, «ментальну своєрідність та норми мовленнєвого етикету носія мови» [4]. Для досягнення високого рівня володіння іноземною мовою необхідно звертати увагу не лише на традиційні методи навчання, але й враховувати сучасні підходи, які будуть ефективними для майбутніх фахівців у сфері обслуговування.

З огляду на це, головним методом навчання іноземної мови для таких студентів буде моделювання на занятті ситуацій реального спілкування, яке ґрунтується на комунікативному підході. Здобуваючи професію, майбутні фахівці у сфері обслуговування повинні готуватися до щоденної комунікації, як це вимагає їх спеціальність. Моделювання ситуацій реального спілкування під час вивчення іноземної мови уможливорює «цілеспрямований розвиток необхідних навичок та вмінь, практику використання мовних форм та мовленнєвих кліше для потреб професійної діяльності»[5].

Застосування методу комунікативно-ситуативного навчання передбачає моделювання максимально наближених до реальних ситуацій, як-то бронювання номеру в готелі, виклик таксі, прийняття замовлення в ресторані, реакція на подяку за гарне обслуговування або ж адекватна реакція на рекламу або скарги тощо. Перед виконанням таких завдань у нагоді стане перегляд студентами навчальних фільмів, у яких відтворюються подібні ситуації. Під час перегляду фільмів студентам можна запропонувати виписати кліше, які використовують персонажі у відеоролику, наприклад, менеджер та клієнт. Після перегляду студенти можуть інсценувати подібні ситуації або відтворити побачене.

В граматичному аспекті слід звернути особливі увагу на питальні й спонукальні речення, багатозначність локальних та темпоральних прийменників, форм кон'юнктиву.

На заняттях з іноземної мови для студентів нефілологічних спеціальностей необхідно використовувати «компетентнісний підхід, за якого увага спрямовується на ті мовні навички, які потрібні для функціонування в професійному контексті: вміння скласти резюме та вести діалог з потенційним роботодавцем» [6].

Формування професійної іншомовної компетентності є важливим елементом підготовки майбутніх фахівців у сфері обслуговування. Викладання іноземної мови для таких студентів ґрунтується на формуванні комунікативної компетентності та міжкультурній взаємодії.

Список використаних джерел

1. Мединська С. І. Формування іншомовної компетентності як компонента професійної підготовки фахівців у галузі туризму. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія»*. 2016. №2(12). С.233-237.

2. Кукса Б.В. Сучасні дослідження проблеми навчання міжкультурного ділового спілкування майбутніх фахівців у галузі туризму. *Іноземні мови*. 2019. №4. Р.3-8. DOI: <https://doi.org/10.32589/im.v0i4.149713>.

3. Сарновська Н. Формування іншомовної комунікативної компетентності у майбутніх фахівців сфери туристичного бізнесу. *Науковий вісник МНУ імені В. О. Сухомлинського. Педагогічні науки*. 2018. №2(61). С. 251-256.

4. Василишина Н.М. Сучасна актуальність іншомовної підготовки фахівців сфери туризму в міжкультурній взаємодії. *Діалог культур у Європейському освітньому просторі: матеріали V Міжнародної конференції*. Київ: КНУТД, 2020. С. 99-104.

5. Прадівляний М.Г., Бондар Н. Д. Стратегії формування професійної компетентності фахівців сфери туризму в процесі вивчення іноземних мов. *Вісник Вінницького політехнічного інституту*. 2017. №6. С.168-174.

6. Старинець О.А. Використання методу ситуативного навчання у викладанні іноземної мови за професійним спрямуванням. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Педагогіка, Психологія*. 2016. Вип.8. С. 120-125.

Наукове електронне видання

МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ, СУСПІЛЬСТВА ТА
ПІДПРИЄМНИЦТВА»

«SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY,
SOCIETY AND ENTREPRENEURSHIP»

(SDESE2023)

27-28 квітня 2023 року

Відповідальна за випуск: Перемозова І.В.

Комп'ютерна верстка: Василик О.Б.
Обельницька Х.В.
Осадца Л.В.
Перемозова І.В.

Підп. до друку 25.04.2023 р. Об'єм даних 8,59 Мб.

Зам. №25/04-1. Ум. друк. арк. 53,1. ФОП Кошовий Б.-П.О. Львівська обл. м.
Винники, вул. Руська, 3 Ел. пошта: publisher@pbpk.com.ua. Тел. 093-485-45-95
Свідоцтво ДК №7657 від 05.09.2022 р.