

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ  
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE**

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ, ФІНАНСІВ ТА ПРАВА  
В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ**

**ACTUAL PROBLEMS OF ECONOMICS, FINANCE AND LAW  
IN THE CONDITIONS OF MODERN CHALLENGES**

**Збірник тез доповідей  
Book of abstracts**

**Частина 1  
Part 1**



**30 травня 2023 р.  
May 30, 2023**

**м. Полтава, Україна  
Poltava, Ukraine**



**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА  
КОНФЕРЕНЦІЯ  
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL  
CONFERENCE**

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ, ФІНАНСІВ  
ТА ПРАВА В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ**

**ACTUAL PROBLEMS OF ECONOMICS, FINANCE AND  
LAW IN THE CONDITIONS OF MODERN CHALLENGES**

**Збірник тез доповідей  
Book of abstracts**

**Частина 1  
Part 1**

**30 травня 2023 р.  
May 30, 2023**

**м. Полтава, Україна  
Poltava, Ukraine**



**УДК 33  
ББК 65**

**Актуальні проблеми економіки, фінансів та права в умовах сучасних викликів:**  
збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава,  
30 травня 2023 р.): у 2 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2023. Ч. 1. 63 с.

**У збірнику тез доповідей представлено матеріали учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми економіки, фінансів та права в умовах сучасних викликів» з:**

Вінницький національний аграрний університет  
ВП НУБІП України «Бережанський агротехнічний інститут»  
Державний торговельно-економічний університет  
Дніпровський державний аграрно-економічний університет  
Дніпропетровський науково-дослідний інститут судових експертиз Міністерства юстиції України  
Донецький національний університет імені Василя Стуса  
ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України»  
Західноукраїнський національний університет  
Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту Західноукраїнського національного університету  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана  
Київський національний університет технологій та дизайну  
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського  
Криворізький національний університет  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
Міжнародна благодійна організація «Екологія-Право-Людина»  
Національна академія внутрішніх справ  
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»  
Національний транспортний університет  
Національний університет «Одеська політехніка»  
ННІ «Каразінська школа бізнесу»  
Одеський національний економічний університет  
Полтавський державний аграрний університет  
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника  
Університет імені Альфреда Нобеля  
Університет митної справи та фінансів  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет  
Харківський національний університет внутрішніх справ  
Черкаський державний бізнес коледж  
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

У збірнику тез доповідей висвітлюються результати наукових досліджень з актуальних питань економіки, фінансів та права.

Тематика конференції охоплює актуальні проблеми: економічної теорії та історії економічної думки; світового господарства і міжнародних економічних відносин; економіки та управління національною економікою; економіки та управління підприємствами; економіки сільського господарства і АПК; економіки торгівлі та послуг; економіки природокористування; підприємництва, торгівлі та біржової діяльності; розвитку продуктивних сил і регіональної економіки; інновацій та інвестиційної діяльності; демографії, економіки праці, соціальної економіки і політики; туризму та готельно-ресторанної справи; бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту; фінансів, банківської справи, страхування; математичних методів, моделей та інформаційних технологій в економіці; менеджменту; логістики та транспорту; історії та теорії держави та права, філософії права; конституційного права, муніципального права, міжнародного публічного права; житлового права; адміністративного права та процесу, фінансового права, інформаційного права.

Видання розраховане на науковців, викладачів, працівників органів державного управління, студентів вищих навчальних закладів, аспірантів, докторантів, працівників державного сектору економіки та суб'єктів підприємницької діяльності.



**ЦЕНТР  
ФІНАНСОВО-  
ЕКОНОМІЧНИХ  
НАУКОВИХ  
ДОСЛІДЖЕНЬ**

© Автори тез, 2023

© Центр фінансово-економічних наукових досліджень, 2023

Офіційний сайт: <http://www.economics.in.ua>

ЗМІСТ  
CONTENTS

<b>СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ</b> <b>SECTION 1. ECONOMIC THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT</b> .....	6
<i>Костенюк Ю. Б., Дудник М. І.</i> МЕХАНІЗМИ ВСТАНОВЛЕННЯ РИНКОВОЇ РІВНОВАГИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ .....	6
<b>СЕКЦІЯ 2. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ</b> <b>SECTION 2. WORLD AGRICULTURE AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS</b> .....	9
<i>Гльницький Д. О., Баторшина А. Ф., Гльницька Н. Ф.</i> СУЧАСНІ ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ДЕРИВАТИВІВ .....	9
<b>СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНОЮ ЕКОНОМІКОЮ</b> <b>SECTION 3. ECONOMICS AND MANAGEMENT OF THE NATIONAL ECONOMY</b> .....	12
<i>Боєчко А. М.</i> УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ .....	12
<i>Корнацька Р. М., Бабій Л. С.</i> ОПТИМІЗАЦІЯ ДОХОДІВ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ .....	15
<i>Лесюк В. С.</i> ТРАКТУВАННЯ СУТНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗАКОНОДАВЧОМУ РІВНІ УКРАЇНИ .....	17
<i>Мозговая Н. А.</i> СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО У СИСТЕМІ ЧИННИКІВ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ .....	19
<b>СЕКЦІЯ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ</b> <b>SECTION 4. ECONOMICS AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES</b> .....	21
<i>Боднар О. Я.</i> ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ВИРОБНИЦТВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ....	21
<i>Ворох Н. В.</i> НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ. ....	22
<i>Дученко М. М., Засєдательєва Я. О.</i> РОЛЬ ПРОЦЕСУ АДАПТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В СИСТЕМІ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА .....	24

<i>Костенюк Ю. Б., Попенко А. М.</i> ОПТИМІЗАЦІЯ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ДИСТРИБУЦІЇ .....	26
<i>Нагорна Д. А.</i> БІЗНЕС ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЕОПОЛІТИЧНИХ КРИЗ .....	28
<i>Паішкуда Т. В., Кара В. І.</i> СТРУКТУРА ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ .....	30
<i>Паішкуда Т. В., Латишева Л. О.</i> МЕТОДИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОРГІВЛІ .....	32
<b>СЕКЦІЯ 5. ЕКОНОМІКА СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА І АПК</b> <b>SECTION 5. ECONOMICS OF AGRICULTURE AND AGRO-INDUSTRIAL</b> <b>COMPLEX.....</b>	34
<i>Герасимчук В. Г.</i> СТАН ІНВЕСТИВАННЯ В СІЛЬСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО .....	34
<b>СЕКЦІЯ 6. ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ ТА ПОСЛУГ</b> <b>SECTION 6. ECONOMICS OF TRADE AND SERVICES .....</b>	36
<i>Паішкуда Т. В., Шефкіна М. Л.</i> ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	36
<b>СЕКЦІЯ 7. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ</b> <b>SECTION 7. ENVIRONMENTAL ECONOMICS .....</b>	38
<i>Шевченко І. Ю.</i> АВТОМОБІЛЬНИЙ ТРАНСПОРТ В УКРАЇНІ ЯК ДЖЕРЕЛО ЗАБРУДНЕННЯ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА .....	38
<b>СЕКЦІЯ 8. ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА</b> <b>ДІЯЛЬНІСТЬ</b> <b>SECTION 8. ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND EXCHANGE</b> <b>ACTIVITIES .....</b>	40
<i>Зибарева О. В., Новак Т.</i> ІНТЕРНЕТ РЕЧЕЙ (ІОТ) У ПОЛІТИЦІ УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА .....	40
<i>Ціжма Ю. І., Дмитроняк О. М.</i> КОМПЛЕКСНА АВТОМАТИЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	41
<b>СЕКЦІЯ 9. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА</b> <b>ЕКОНОМІКА</b> <b>SECTION 9. DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE FORCES AND</b> <b>REGIONAL ECONOMICS.....</b>	44
<i>Павлик О. І.</i> ОСНОВНІ ОЗНАКИ ТА ЗАВДАННЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ .....	44

<b>Тис М. С.</b> МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО МОНИТОРИНГУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ .....	46
<b>СЕКЦІЯ 10. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ SECTION 10. MATHEMATICAL METHODS, MODELS, AND INFORMATIONAL TECHNOLOGIES IN ECONOMICS.....</b>	<b>48</b>
<b>Пашієв Д. В., Колмик О. О.</b> ШКІДЛИВЕ РЕКЛАМНЕ ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ЙОГО ВИДИ ТА ЗАХИСТ ВІД НЬОГО .....	48
<b>СЕКЦІЯ 11. ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА SECTION 11. TOURISM AND HOTEL-RESTAURANT BUSINESS.....</b>	<b>51</b>
<b>Вавринів М. М., Шевчук С. М.</b> ПРОБЛЕМА ОЦІНКИ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ .....	51
<b>Сінельніченко Ю. В., Шевчук С. М.</b> РОЛЬ ГАСТРОНОМІЧНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ У ФОРМУВАННІ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТЕРИТОРІЙ.....	53
<b>Сивак Т. В., Шевчук С. М.</b> ТУРИЗМ ВИХІДНОГО ДНЯ ЯК ФОРМА РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....	55
<b>Петрусенко А. Ю., Шевчук С. М.</b> РОЛЬ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ПРИ ПЛАНУВАННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ.....	57
<b>СЕКЦІЯ 12. ІННОВАЦІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ SECTION 12. INNOVATIONS AND INVESTMENT ACTIVITIES .....</b>	<b>59</b>
<b>Адамовська В. С., Поросла П. В., Дорошенко В. А.</b> ЗМІНИ У ЗАКОНОДАВСТВІ ЩОДО ОПОДАТКУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ-ПІДПРИЄМЦІВ У ПЕРІОД ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ ТА НАСЛІДКИ ДЛЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ .....	59
<b>Адамовська В. С., Дем'яненко К. О., Лі Н. В.</b> ІНВЕСТИЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ В НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ .....	61
<b>Олексюк В. О.</b> МЕТОДОЛОГІЧНИЙ КОНЦЕПТ ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ .....	62

СЕКЦІЯ 1

SECTION 1

**ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА  
ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ  
ECONOMIC THEORY AND HISTORY  
OF ECONOMIC THOUGHT**

УДК 330.1

**Костенюк Ю. Б.**

к.е.н., доцент,  
доцент кафедри підприємництва,  
корпоративної та просторової економіки,  
Донецький національний університет  
імені Василя Стуса

**Дудник М. І.**

Донецький національний університет  
імені Василя Стуса

**МЕХАНІЗМИ ВСТАНОВЛЕННЯ РИНКОВОЇ РІВНОВАГИ:  
ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ**

Взаємодія попиту та пропозиції є основним механізмом формування ринкової рівноваги. Розуміння цього процесу важливо для ефективного функціонування ринків і прийняття обґрунтованих економічних рішень. Останні дослідження та публікації присвячені аналізу ринкової рівноваги, зокрема динаміці зміни попиту та пропозиції, впливу факторів, що впливають на ці процеси, а також методам їх оцінки та прогнозування.

За даними досліджень, ринкова рівновага визначається зустріччю попиту та пропозиції товару чи послуги. Попит залежить від факторів, таких як ціна товару, доход споживачів, очікування щодо майбутнього та смакові уподобання. Зі свого боку, пропозиція визначається витратами виробництва, наявністю ресурсів та технологічними можливостями. Дослідження показують, що ринкова рівновага може бути досягнута тільки при співпадінні попиту та пропозиції [1, 2].

Основною метою цього дослідження є докладний аналіз механізмів взаємодії попиту та пропозиції, визначення факторів, що впливають на ринкову рівновагу, та методів її прогнозування.

Динаміка зміни попиту та пропозиції на ринку є ключовим елементом в розумінні механізмів ринкової рівноваги. Результати досліджень свідчать про те, що попит та пропозиція можуть змінюватися під впливом різноманітних факторів. Зокрема, зміна цін, доходів споживачів, сезонність та зміни витрат виробництва мають суттєвий вплив на зміну попиту та пропозиції на ринку [1].

Розуміння ключових факторів, що впливають на ринкову рівновагу, є необхідним для аналізу та прогнозування стану ринку. Серед таких факторів можна виділити цінову еластичність попиту та пропозиції, рівень конкуренції на ринку, зміни витрат

виробництва та впровадження технологічних інновацій. Ці фактори мають велике значення у формуванні ринкової рівноваги та визначенні цін на ринку [2].

Також оцінка та прогнозування ринкової рівноваги є складними завданнями, які вимагають застосування різних методів та підходів. До найпоширеніших методів належать статистичні моделі, економетричні аналізи, методи аналізу сезонності та трендів. Крім того, використання інформаційних технологій для збору, обробки та аналізу даних є важливим компонентом у прогнозуванні ринкової рівноваги [3].

У результаті проведеного аналізу було виявлено, що взаємодія попиту та пропозиції на ринку є складним процесом, який визначає ринкову рівновагу (рис 1). Динаміка зміни попиту та пропозиції залежить від різних факторів, що впливають на ринок, таких як ціни, доходи споживачів, сезонність та зміни витрат виробництва. Розуміння цих факторів допомагає прогнозувати та аналізувати ринкову ситуацію.

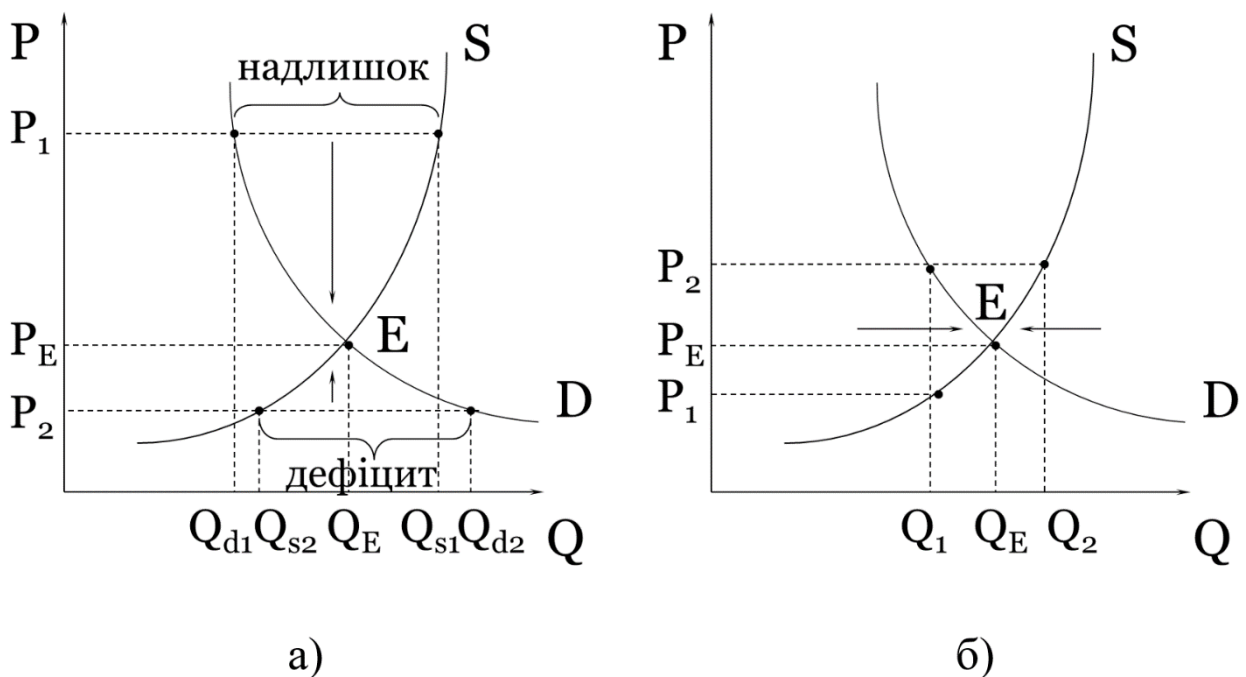


Рис. 1. Встановлення ринкової рівноваги за моделлю Вальєраса (а) та моделлю Маршалла (б)

Джерело: побудовано авторами

Фактори, що впливають на ринкову рівновагу, включають цінову еластичність попиту та пропозиції, наявність конкуренції на ринку, зміни витрат виробництва та впровадження технологічних інновацій. Ці фактори визначають рівень попиту та пропозиції на ринку, що впливає на формування цін та виробничу активність.

У методах оцінки та прогнозування ринкової рівноваги використовуються статистичні моделі, економетричні підходи, аналіз сезонності та трендів, а також сучасні інформаційні технології. Ці методи дозволяють аналізувати та прогнозувати зміни на ринку, що допомагає підприємствам та урядовим органам у прийнятті ефективних управлінських рішень.

Наслідки неправильного розуміння взаємодії попиту та пропозиції на ринку можуть бути значними. Наприклад, невідповідність між попитом і пропозицією



може спричинити дефіцит або перенасиченість товарів на ринку, що може призвести до недоотримання прибутку підприємствами або незадоволення споживачів. Тому важливо проводити постійний моніторинг та аналіз ринкової ситуації для забезпечення ефективного функціонування ринку.

Аналізуючи останні дослідження та публікації, можна зробити висновок, що взаємодія попиту та пропозиції є ключовим механізмом формування ринкової рівноваги. Динаміка зміни попиту та пропозиції, а також розуміння факторів, що впливають на цю взаємодію, є важливим для ефективного управління ринком і прийняття обґрунтованих рішень. Оцінка та прогнозування ринкової рівноваги використовуються для аналізу тенденцій, визначення оптимальних цін, планування виробництва та розвитку бізнесу.

#### **Список літератури**

1. Asmudson I. Supply and Demand: Why market tick. (n.d.). Site INTERNATIONAL MONETARY FUND. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/fandd/issues/Series/Back-to-Basics/Supply-and-Demand>
2. Market Equilibrium: Definition, Types, Factors, and Example. (2022). Site Indiacharts. URL: <https://www.indiacharts.com/stock-market/equilibrium/>
3. Лук'яненко І.Г., Семко Р.Б. Динамічні стохастичні моделі загальної рівноваги: теорія побудови та практика використання у фінансових дослідженнях: монографія. Київ: НаУКМА. 2015. 248 с.

СЕКЦІЯ 2

SECTION 2

**СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І  
МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ  
WORLD AGRICULTURE AND  
INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS**

УДК 339.727

**Ільницький Д. О.**

д.е.н., професор,  
професор кафедри міжнародної економіки,  
КНЕУ імені Вадима Гетьмана

**Баторшина А. Ф.**

к.е.н., доцент,  
доцент кафедри міжнародних фінансів,  
КНЕУ імені Вадима Гетьмана

**Ільницька Н. Ф.**

к.е.н., доцент  
кафедри приватного права  
КНЕУ імені Вадима Гетьмана

**СУЧАСНІ ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ДЕРИВАТИВІВ**

Глобалізація стала провідним трендом останніх десятиліть розвитку світової економіки. Вважається, що піонерами, які першими опанували потенціал міжнародної економіки, стали представники фінансового сектору, які при цьому також виступали в якості інфраструктурних учасників міжнародних економічних відносин, уможливаючи їх. Вже стало традиційним, що пов'язаність та взаємозалежність фінансових ринків проявляється в усіх країнах, де рівень розвитку фінансового сектору є високим. Коливання на ринках одних країн призводять до коливань на інших ринках, однак з тією відмінністю, що амплітуда таких коливань може незначним чином відрізнитись. Коливання, до яких були долучені похідні інструменти, на ринку нерухомості в США призвели до коливань глобальної кон'юнктури та світової фінансової кризи 2007 – 2008 років.

Легкість перетікання фінансових ресурсів перетворило ринок деривативів з інструмента управління ризиками на механізм переміщення капіталів. Перетікання фінансових капіталів між секторами світової економіки стають не тільки масштабними, а й важкоконтрольованими та слабкорегульованими. Останнє обумовлює доцільність запровадження глобального регуляторного органу, який працював би в інтересах сталого розвитку світової економіки.

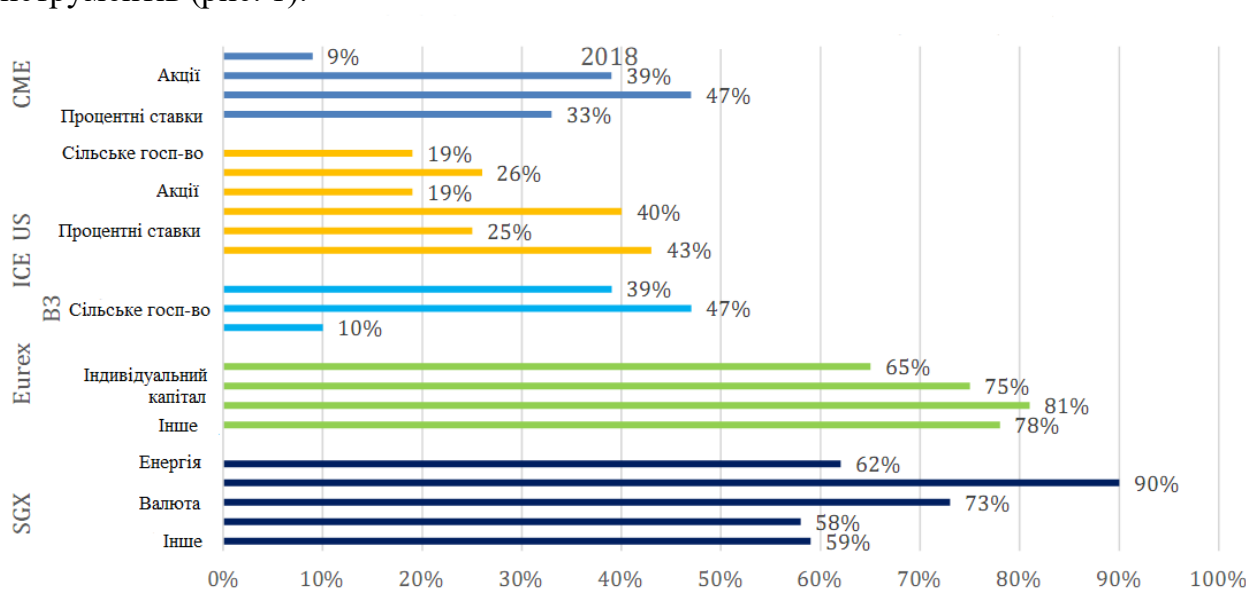
До кола основних викликів, що стоять перед глобальним ринком деривативів, різні учасники відносять різні явища та процеси. Узагальнення опитувань ключових стейкхолдерів дозволило визначити найважливіші виклики, а саме: вплив вимог до капіталу; відмова від використання Libor; впровадження правил для неочищеної маржі; політична невпевненість; технологічні зміни; ринкові потрясіння, що пов'язані з дезінтеграційними процесами, зокрема, Brexit; зміна вартості ринкових даних; зміни клімату [1].

Особливістю сучасних ринків є те, що значна частка гравців намагається отримувати прибуток за рахунок реалізації стратегії гри проти тенденцій руху ринку в цілому. На ринку деривативів це спостерігається особливо яскраво з огляду на обсяги операцій. З точки зору теорії така їх поведінка сприяє усуненню коливань цін та сприяє стабілізації ринку в цілому.

Разом з тим, слід пам'ятати також про негативні наслідки, які найчастіше стають відомими в часи фінансових криз, коли ризики, щодо яких похідні фінансові інструменти намагаються захистити їх власників, стають реальністю. Одночасно слід розуміти, що масштаби втрат, які можуть бути пов'язані з деривативами, є дійсно великими. Навіть у відносно спокійних ринкових умовах оператори ринку зазнають значних втрат. Так, у 2021 році компанія Melvin Capital Management стратила 3,6 млрд дол. США на інструментах, що походять з активів американських емітентів [2].

Нині ринки деривативів значно відрізняються від тих, якими вони були до 2009 року. Як зазначають експерти International Swaps and Derivatives Association (ISDA), ринки зазнали змін передусім внаслідок регуляторних вимог, які було ініційовано G-20. Тому тепер інформація про більшість угод з деривативами подається в репозитарії, клиринг став більш буденною справою, зростає електронне виконання угод [3]. Ці зміни вплинули практично на всі складові операцій з деривативами – від до-торгівельних аспектів та через весь життєвий цикл управління та звітності.

Однією з ключових сучасних трендів розвитку ринків деривативів є набуття ними глобального характеру, адже дедалі частіше транзакції, кліринг та розрахунки відбуваються в різних країнах. Задля ілюстрації глобального характеру ринків деривативів, Futures Industry Association (FIA) провела опитування кількох своїх бірж-членів щодо частки операцій, яка припадає на іноземних контрагентів [4]. Результати опитування, які було оприлюднено у серпні 2020 року, яскраво ілюструють глобальний характер ринку деривативів для більшості ринків та інструментів (рис. 1).



**Рис. 1. Структура торгівлі, що здійснювалась за межами внутрішнього ринку у 2018 р. (% від загального обсягу) [4]**

Підвищення рівня транскордонної торгівлі сприяє зміцненню ринків. Група СМЕ надала дані про 42% обсягу контрактів на метали, що походять з юрисдикцій, котрі не належать до американської компанії ICE Futures. За даними США, приблизно 35% сільськогосподарського бізнесу походить із-за кордону. Без доступу до світових ринків ф'ючерсів та опціонів багатьом компаніям у реальній економіці (товаровиробники, компанії переробної промисловості, енергетичні і транспортні компанії тощо) буде важче та дорожче захистити свої ризики [4].

Основним запитом щодо змін у світовій галузі торгівлі деривативами є зниження бар'єрів для транскордонної торгівлі та клірингу. Адже кожна країна має свої закони та національні особливості, що ускладнюють транскордонну торгівлю та кліринг деривативів.

На світовому ринку деривативів спостерігається ряд кількісних та якісних змін, які обумовлюють посилення його позицій в системі координат світового фінансового ринку. Ключовими тенденціями слід визнати зміну структури ринку деривативів за рахунок нарощення позицій неорганізованого ринку, зростання використання централізованого клірингу, розширення кола суб'єктів ринку, зменшення трансакційних витрат внаслідок автоматизації та діджиталізації операцій; підвищення ефективності операцій за рахунок зменшення частки непогашених позабіржових деривативів, яка зростає темпами значно меншими за темпи приросту торговельної активності.

#### **Список літератури:**

1. Derivatives Market Structure 2020. GREENWICH ASSOCIATES & FIA. Q1, 2020. URL: <https://www.fia.org/sites/default/files/2020-03/Derivatives-Market-Structure-2020-PRINT.20-2012%20%282%29.pdf>.
2. Aliaj O. Hedge fund Melvin sustains 53% loss after Reddit onslaught // Financial Times. 31 January 2021.
3. ISDA Whitepaper: The Future of Derivatives Processing and Market Infrastructure. 2016. 26 p. URL: <https://www.isda.org/a/UEKDE/infrastructure-white-paper.pdf>.
4. FIA paper on the necessity, path and related issues of opening the financial futures market, 31 August 2020. URL: <https://www.fia.org/sites/default/files/2020-10/FIA%20Paper%20on%20the%20Necessity%20Path%20and%20Related%20Issues%20of%20Opening%20the%20Financial%20Futures%20Market%20-%20Futures%20Industry%20Association%20%28FIA%29.pdf>.

**СЕКЦІЯ 3** || **ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНОЮ ЕКОНОМІКОЮ**  
**SECTION 3** || **ECONOMICS AND MANAGEMENT OF THE NATIONAL ECONOMY**

**Боєчко А. М.**

Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту  
Західноукраїнського національного університету

**УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ**

Бізнес у мережі Інтернет – це будь-яка форма бізнес процесу, в якому взаємодія між суб'єктами відбувається електронним способом. Бізнес у мережі Інтернет – якісно нові технології роботи, які дозволяють компанії досягти конкурентної переваги за рахунок поліпшення обслуговування своїх клієнтів і оптимізації бізнес відносин з партнерами [1, с. 133].

Основними інструментами бізнесу у мережі Інтернет є [5, с. 67]: корпоративний веб-сайт, інтернет-магазин, Інтернет-аукціон, корпоративний інформаційний портал, Інтернет-біржа, табл. 1.

*Таблиця 1*

**Основні інструменти бізнесу у мережі Інтернет [5, с. 67]**

№	Інструменти	Характеристика
1	Веб-сайт	Сторінка з даними про компанію, товари і послуги, види діяльності, пропозиції про співпрацю.
2	Інтернет-магазин	Сторінка, на якій розміщені пропозиції про товари і послуги для реалізації.
3	Інтернет-аукціон	Торгова вітрина, за допомогою якої користувачі можуть продати будь-який товар, при цьому власник аукціону отримує комісійні від угоди.
4	Корпоративний інформаційний портал	Інформаційна система компанії, яка збирає більшість бізнес-процесів та інформації про компанію.
5	Інтернет-біржа	Торговий майданчик, що дає можливість підприємствам вести торгівлю товарами і послугами.

Розвиток інформаційної інфраструктури загальнодоступної інтерактивної мережі Інтернет, а також простота застосування мережі здійснили об'єднання великої кількості покупців та продавців інформаційними даними, товарами, послугами, а процес взаємодії суб'єктів економічної діяльності здійснив формування нових моделей ведення бізнесу [32, с.236]:

- бізнес-бізнесу (B2B);
- бізнес-споживачу (B2C);
- споживач-бізнесу (C2B);
- споживач-споживачу (C2C);
- державні організації-споживачу (G2C);
- державні організації-бізнесу (G2B);
- бізнес-державним організаціям (B2G) тощо.

Онлайн-торгівля за моделлю B2C – це здійснення операцій купівлі, що відбуваються на онлайн-майданчиках і завдяки сайтам найбільших компаній, що мають найбільші обсяги продажів офлайн (табл.2). За прогнозом до 2024 р. обсяг роздрібною онлайн-торгівлі на світовому ринку підвищиться у 2 рази і становите десь

4479 млрд. дол. Темпи збільшення онлайн-торгівлі в роздріб будуть вище темпів збільшення традиційних форм реалізації товарів і послуг. Це буде здійснювати сприяння щодо зростання питомої ваги онлайн-продажів у загальному об'ємі роздрібною торгівлі на світовому ринку з 8,7% у 2019 р. та 10,1% у 2020 р. до 15,5% у 2024 р.

*Таблиця 2*

**Показники динаміки зміни об'єму світової роздрібною онлайн-торгівлі [3, 4, 6]**

Показник	2018	2019	2020	2021	2022	Прогноз 2023	Прогноз 2024
Загальний об'єм онлайн-торгівлі, млрд. дол.	1505	1862	2291	2784	3327	3951	4478
Темп зростання об'єму онлайн-торгівлі, %	25,4	23,6	22,8	21,5	19,4	18,6	13,5
Питома вага онлайн-торгівлі в загальному об'ємі роздрібною торгівлі, %	7,3	8,6	10,2	11,4	13,1	14,5	15,4

Переважає більшість онлайн-торгівлі в Україні застосовують 4 типи бізнес-моделей, що представляються як: онлайн-магазини, електронні дошки оголошень, електронний маркетплейс та прайс-агрегатор. При цьому значна чисельність компаній застосовує гібридні змішані моделі типу «дошка оголошень + прайс-агрегатор», «супермаркет + маркетплейс». Типові моделі для категорій моделей B2B, B2C, C2C, що застосовуються ритейлерами на вітчизняному ринку інтернет-торгівлі наведені в табл. 3.

*Таблиця 3*

**Бізнес-моделі ритейлерів Українського ринку електронної торгівлі [2, с. 61]**

Найменування	Зарубіжні компанії	Вітчизняні компанії
Торгівельний онлайн-майданчик; електронний маркетплейс	Amazon.com; Etsy; Alibaba; AppStore; Booking; Google Play; Goat.	Prom.ua; Crafta.ua (hand-made in Ukraine); Bigl.ua; Prosto.ua; Goodini.ua; Shafa.ua; Rozetka.ua; SvitStyle; Privatmarket.ua; Kabanchik.ua; Skidka.ua.
Онлайн-магазин	LandsEnd.com; tesco.com; Amazon.com; asda.com.	Allo; LaModa; Foxtrot; Leboutique; Comfy; Metro Україна (www.metro.ua); Modnakasta; Rozetka.ua.
Онлайн-вітрина (електронна сторінка виробника)	Sony.com; Amazon.com; Dell.com.	Інтернет-магазин фабрики «Галант»; www.magazinperchatok.com.ua
Онлайн-дошка оголошень	Apartments; Monster; Craigslist; AllBiz	OLX; Shafa.ua; Bezplatka; Kidstaff; Ria.com; Klubok.
Прайс-агрегатор	Uswitch.com; CompareTheMarket.com; GoCompare.com; MoneySupermarket.com.	Hotline; Price; MagaZilla; m.ua; EK.
Онлайн-аукціон	eBay.com; Priceline.com.	bitok.ua setam.net.ua

В системі пріоритетів провідних світових країн проблема регулювання управління бізнесом в Інтернеті і електронної торгівлі зайняли важливе місце. З

метою регулювання правовідносин було створено низку організацій, в склад яких входять уряди різних держав, це Міжнародний телекомунікаційний союз (ITU), Європейський інститут телекомунікаційних стандартів (ETSI), Міжнародна федерація національних стандартизуючої організацій (ISO), Міжнародна асоціація власників торгових марок (INTA), Всесвітня організація інтелектуальної власності (WIPO). Належне і ефективне правове регулювання, організації бізнесу в мережі Інтернет, зі сторони країни, на сучасному етапі день є особливо актуальною задачею. Управління електронним бізнесом зі сторони держави регулюється Законом України «Про електронну комерцію», Цивільним кодексом та іншими законодавчими актами.

Проблема здійснення прогнозу обсягів електронної торгівлі набувають особливого значення за умов невизначеності і нестабільності. Прогноз об'ємів зовнішньої електронної торгівлі України, в млрд. дол. наведений в табл. 4.

*Таблиця 4*

**Прогноз об'ємів зовнішньої електронної торгівлі України, в млрд. дол.**

Рік	Об'єм електронної торгівлі	
	лінійний (песимістичний)	поліноміальний (оптимістичний)
2023	2,4	3,15
2024	2,65	3,4
2025	2,9	3,8
2026	3,15	4,3
2027	3,4	5,0
2028	3,65	5,9

Для прогнозу розвитку електронного бізнесу в Україні було застосовано лінійну модель (песимістичний сценарій) і поліноміальну модель апроксимуючої залежності (оптимістичний сценарій). Згідно результатам розрахунків був здійснений прогноз об'ємів зовнішньої електронної торгівлі на кінець 2028 р. в розмірі 3,65 млрд. дол. за песимістичним сценарієм і в розмірі 5,9 млрд. дол. за оптимістичним сценарієм.

#### **Список літератури**

1. Вступ до спеціальності «Міжнародний бізнес»: Навчальний посібник / В.А. Вергун, В.С. Карп. К.: ВАДЕКС, 2019. 333с.
2. Гліненко Л.К., Дайновський Ю.А. Стан і перспективи розвитку електронної торгівлі України. Менеджмент та маркетинг інновацій. 2020. №1. С.83-102.
3. Козицька Г.В. Становлення електронної торгівлі в процесі євроінтеграції України. Ефективна економіка. 2019. № 8. URL:<http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7227> (дата звернення 10.05.2023).
4. Цікаві факти про інтернет-торгівлю в світі в 2019 році. URL: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/interesnye-fakty-obinternettorgovle/> (дата звернення 10.05.2023).
5. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання) / І.Б. Федішин. Тернопіль, ТНТУ імені Івана Пулюя, 2018. 97 с.
6. Admitad Annual Report 2020/2021. URL: <https://belretail.by/article/esommerce-prodaji-v-mire-po-itogam-goda-vyirosli-nadomlrd> (дата звернення 10.05.2023).

Корнацька Р. М.

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів

Бабій Л. С.

студентка

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

## ОПТИМІЗАЦІЯ ДОХОДІВ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ

Дослідження питання формування доходної частини Державного бюджету України є актуальним, адже саме бюджет характеризує рівень економічного розвитку країни та завдяки раціональній організації бюджетного процесу забезпечується економічна та соціальна стабільність та належний життєвий рівень населення. Через Державний бюджет органи державної виконавчої влади та управління здійснюють реалізацію внутрішньої та зовнішньої політики, державне регулювання та стимулювання економіки, фінансування соціальної політики з урахуванням довгострокових інтересів країни.

Головним джерелом доходів бюджету є ВВП. Основними інструментами, які використовуються органами державної влади та управління для перерозподілу ВВП і утворення бюджетних доходів, є податки, збори, неподаткові платежі, позики, емісія грошей. Співвідношення між ними залежить від економічної та соціальної ситуації в державі, рівня економічного розвитку держави, стратегії держави в міждержавних відносинах.

Повномасштабне вторгнення росії в лютому 2022 року змінило динаміку наповнення доходної частини. Протягом досліджуваного періоду відбувалося постійне зростання обсягу доходів Державного бюджету України – так, протягом досліджуваного періоду з 2017 по 2022 рік, їх обсяги збільшилися майже в 3 рази або на 1 171 120,8 млн. грн. Якщо говорити про темпи зростання в кожному із досліджуваних років, то найбільшими вони були в 2022 році у порівнянні із 2021 роком: +37,82%, що відбулося, перш за все, унаслідок глобальної фінансової допомоги країн – партнерів України та підвищення податкових надходжень до держбюджету [1] (рис. 1).

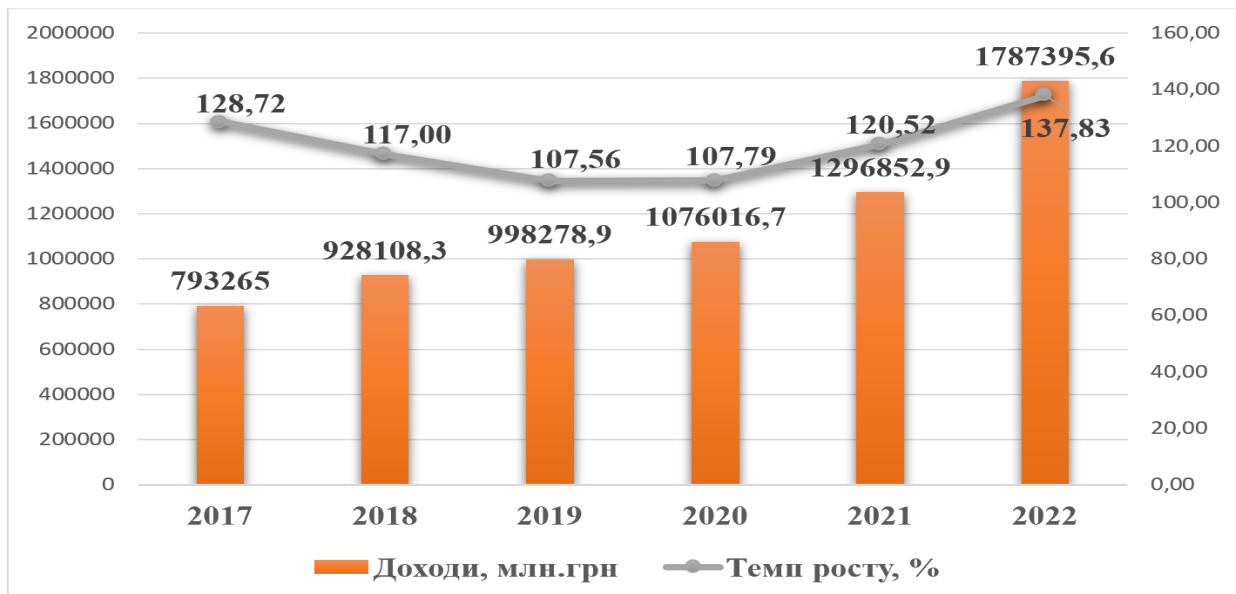
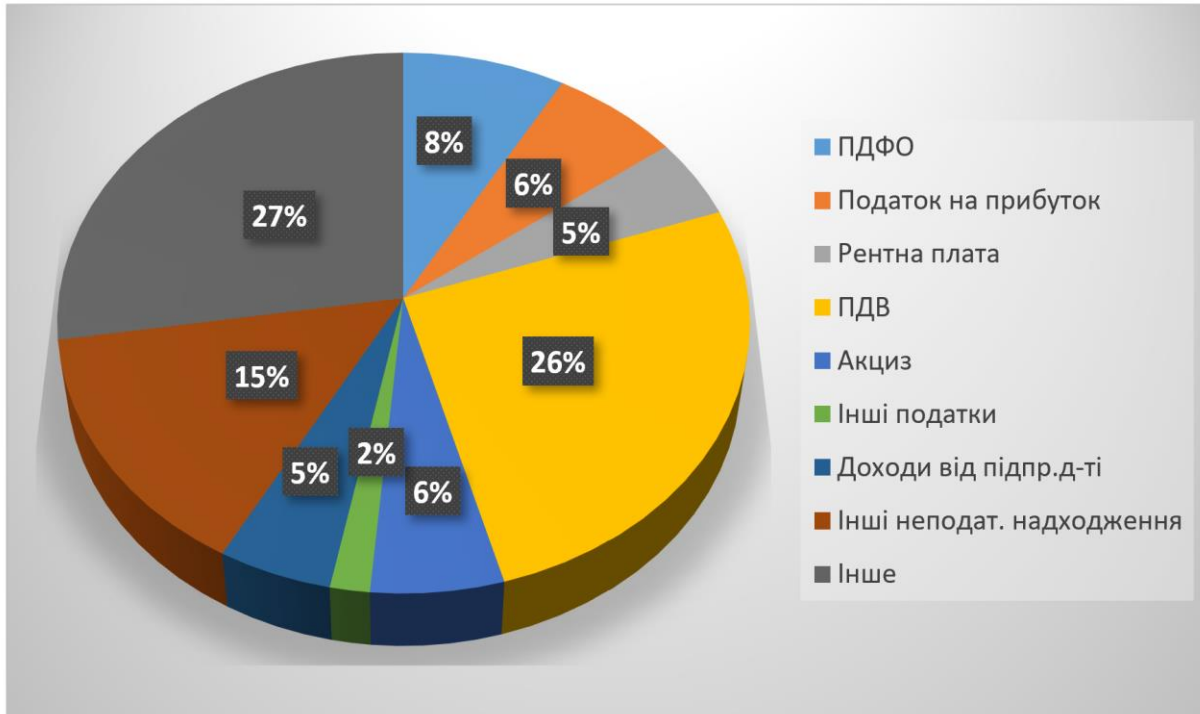


Рис. 1. Обсяг доходів Державного бюджету України та його темпи зростання, млн. грн. та % відповідно

Джерело: розроблено автором за даними Міністерства фінансів України [2]



Станом на кінець 2022 року податкові надходження склали найбільш вагому частку доходів Державного бюджету. Так, на частку податку на додану вартість (ввезених та вироблених на території України товарів) припало майже 26%, на частку акцизного податку (ввезених та вироблених на території України товарів) припало 6%, податок на прибуток підприємств – 6%, податок на доходи фізичних осіб 8%. Частка неподаткових надходжень склала 19%, а частка коштів міжнародних організацій та партнерів склала 26% (рис. 2).



**Рис. 2. Структура доходів Державного бюджету України станом на кінець 2022 року за найбільш вагомими показниками у %**

*Джерело: розроблено автором за даними Міністерства фінансів України [2]*

На нашу думку, питання наповнення бюджету в сучасних умовах війни, слід розглядати в аспекті трьох наступних податків: податок на прибуток підприємства, податок на додану вартість та податок на доходи фізичних осіб.

Перший крок в цій реалізації – це подання електронних декларацій в 2015 році для суб'єктів, які займають відповідальні державні посади. Проте дане декларування було одноразовим, і не мало системного характеру. Враховуючи вищезазначене необхідно посилити контроль за отриманими доходами стосовно усіх громадян нашої держави шляхом запровадження загального річного декларування доходів і майна усіх без виключення фізичних осіб.

У випадку, якщо сума витрат буде перевищувати офіційні доходи, фізична особа повинна здійснити звіт відповідному податковому органу стосовно джерела походження доходів і подальшу сплату ПДФО. Слід зазначити про проблему заробітної плати, яку наймані працівники отримують «в конверті». Відсоток таких зарплат залишається вкрай великим, що суттєво впливає на зменшення доходу не тільки державного, а й місцевих бюджетів.

Окремим аспектом є проблема щодо надходження до бюджету податку на додану вартість. Негативний наслідок функціонування даного виду податку в нашій державі – це фіктивні фірми, через які збільшуються втрати від недоотримання податку на додану вартість в першу чергу.

Для удосконалення бюджетного відшкодування податку на додану вартість в Україні слід визначити суб'єктів господарювання, які є постійними експортерами і відповідно сплачують інші види податків та ефективно здійснюють власну господарську діяльність. Такі суб'єкти господарювання повинні мати право на отримання відшкодування податку на додану вартість за спрощеною процедурою. В даному випадку це сприятиме стимулюванню інших суб'єктів господарювання стосовно ведення власної транспарентної звітності.

Одним із основних резервів, що забезпечить підвищення рівня доходів Державного бюджету України є зменшення кількості податкових пільг. Особливо це стосується податку на прибуток підприємств. Пільгове оподаткування обумовило формування нерівних економічних умов для здійснення господарської діяльності та сприяло формуванню тіньового сектору економіки та значних обсягів несплати податків в цілому.

В такому випадку, слід надавати податкові пільги економічним методом, а не адміністративним способом, а саме в залежності від результатів економічної діяльності суб'єктів господарювання. Мова йде про впровадження інвестиційної і інноваційної пільги у прямому оподаткуванні, за рахунок зменшення прибутку, що оподатковується, обсягом в 20% від темпу зростання капітальних інвестицій та/або 67% від імплементованих інновацій в організації у звітному кварталі.

#### **Список літератури**

1. Державний сайт Міністерства фінансів України. Інформація Міністерства фінансів України про виконання Державного бюджету України за 2022 рік. URL: [https://mof.gov.ua/uk/budget\\_2022-538](https://mof.gov.ua/uk/budget_2022-538) (дата звернення: 25.05.2023)
2. Державний веб-портал бюджету для громадян. Офіційний вебсайт. URL: <https://openbudget.gov.ua/> (дата звернення: 25.05.2023).

**УДК 346.13**

**Лесюк В. С.**  
аспірант кафедри економіки та  
міжнародних економічних відносин,  
Полтавський державний аграрний університет

### **ТРАКТУВАННЯ СУТНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗАКОНОДАВЧОМУ РІВНІ УКРАЇНИ**

Господарська діяльність посідає важливе місце в національній економіці України. Вона є основним джерелом виробництва, створення робочих місць та забезпечення доходів населення.

Сутність та особливості господарської діяльності визначає законодавство України. За часи незалежності існувало п'ять варіантів трактувань сутності поняття «господарська діяльність»:

1. Згідно Господарського кодексу України господарська діяльність – це діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність [1].

2. Згідно Податкового кодексу України господарська діяльність – це діяльність особи, що пов'язана з виробництвом (виготовленням) та/або реалізацією товарів, виконанням робіт, наданням послуг, спрямована на отримання доходу і проводиться такою особою самостійно та/або через свої відокремлені підрозділи, а також через будь-яку іншу особу, що діє на користь першої особи, зокрема за договорами комісії, доручення та агентськими договорами [2].

3. Згідно Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» господарська діяльність – це будь-яка діяльність, в тому числі підприємницька, пов'язана з виробництвом і обміном матеріальних та нематеріальних благ, що виступають у формі товару [3].

4. Згідно Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» господарська діяльність – це будь-яка діяльність особи, направлена на отримання доходу в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах, у разі коли безпосередня участь такої особи в організації такої діяльності є регулярною, постійною та суттєвою. Під безпосередньою участю слід розуміти зазначену діяльність особи через свої постійні представництва, філіали, відділення, інші відокремлені підрозділи, а також через довірену особу, агента або будь-яку іншу особу, яка діє від імені та на користь першої особи [4].

5. Згідно Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» господарська діяльність – це будь-яка діяльність, у тому числі підприємницька, юридичних осіб, а також фізичних осіб – підприємців, пов'язана з виробництвом (виготовленням) продукції, торгівлею, наданням послуг, виконанням робіт [5].

З наведених п'яти варіантів тлумачення сутності поняття «господарська діяльність» чинними залишаються перші три. Це пов'язано з унормуванням законодавства та приведенням його змісту до узгодженості. Загалом, окремі поняття деталізують їхню область застосування, тому висвітлюють різноманітні аспекти господарської діяльності в Україні.

Таким чином, унормування господарської діяльності на законодавчому рівні має велике значення для сталого розвитку економіки та створення рівних умов на ринку. Нормативне забезпечення господарської діяльності допомагає сформувати стабільне правове середовище, щоб знизити ризики в економічних процесах, створити умови для довгострокового планування та інвестування.

#### **Список літератури**

1. Господарський кодекс України : Кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 07.05.2023).

2. Податковий кодекс України : Кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 07.05.2023).

3. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991 р. № 959-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12> (дата звернення: 07.05.2023).

4. Про оподаткування прибутку підприємств : Закон України від 28.12.1994 р. № 334/94-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/334/94-вр> (дата звернення: 07.05.2023).

5. Про ліцензування певних видів господарської діяльності : Закон України від 01.06.2000 р. № 1775-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1775-14> (дата звернення: 07.05.2023).

**Мозговая Н. А.**  
здобувачка СО „Доктор філософії”  
Донецький національний університет  
імені Василя Стуса

## **СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО У СИСТЕМІ ЧИННИКІВ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ**

Економічна та соціальна системи України в умовах військового стану знаходяться у вкрай незадовільному стані, що є цілком природним та зрозумілим в умовах соціальної кризи. Тим не менше, після закінчення військових дій наша країна потребуватиме відновлення, і первинно цього потребуватиме економіка як основа соціального та правового буття.

Причому, по-перше, вже наразі коштів для розвитку економіки не вистачає, оскільки воєнні дії передбачають величезні видатки з бюджету. Вільних коштів для реінвестування у справу у підприємців також стає все менше. А по-друге, разом з цим збільшується і кількість соціальних проблем, які спричинені внутрішніми міграційними процесами, загальним збіднінням населення, соціальним відчуженням значних груп осіб. Рішенням обох блоків зазначених проблем в Україні може стати сталий розвиток соціального підприємництва як потужного міждисциплінарного соціально-економічного інституту.

Можна погодитися з тим, що соціальне підприємство, хоча й повільно, перетворюється на реальний механізм вирішення суспільних проблем в Україні, коли підприємство у соціальній сфері, підприємницька діяльність благодійних та громадських організацій або бізнес із соціальною місією охоплює різні соціально незахищені верстви населення. В Україні таке підприємство може ставити за мету трудотерапію, соціальну реабілітацію, запровадження нових механізмів вирішення наявних соціальних проблем. Головну роль у цьому процесі повинна відігравати саме держава, яка через механізми стимулювання повинна визначити стратегію розвитку підприємства та його взаємодію з соціумом [1]. Проте, можна констатувати, що це розглядається лише як потенціал цього виду підприємницької діяльності, хоча в нашій державі він реалізований на вкрай недостатньому рівні.

Цьому є багато причин на соціальному, економічному, психологічному рівнях. Але однією з основних причин вбачається недостатній розвиток інституцій громадянського суспільства, і тому потужний інструмент для розвитку економіки стає черговим предметом для зловживань.

Розповсюдженою є точка зору, що „розвиток соціального підприємства є альтернативою збільшенню обсягів бюджетного фінансування соціальних проблем,

тобто дає можливість знизити навантаження на бюджет” [2], хоча це можна вважати вірним лише у тому разі, якщо розподіл коштів відбувається прозоро, належно працюють механізми державного та соціального контролю за їх використанням, а сама підприємницька діяльність дійсно підпадає під ознаки соціальної.

Принципова відмінність між підприємництвом і соціальним підприємництвом полягає в ціннісній пропозиції. Для підприємця пропозиція передбачає обслуговування ринків, які можуть з комфортом дозволити собі новий продукт або послугу, і, таким чином, для отримання фінансового прибутку. Ціннісна пропозиція соціального підприємця націлена на малозабезпечене, обділене увагою або вкрай знедолене населення. Він прагне до цінності у вигляді великомасштабних трансформаційних вигід. Ідея соціального проекту не може вважатися життєздатною, якщо вона не здійснює трансформацію – глибинну і тривалу соціальну зміну [3, с. 8; 4, с. 59; 5]. Таким чином, для соціального підприємництва специфічними є мета, суб’єкти та цільова аудиторія, а отже, перелічені можливості не дають ефективної можливості впорядкувати ці відносини із застосуванням загальних норм щодо здійснення підприємницької діяльності.

Потребують специфічного підходу і методи правового регулювання соціального підприємництва. Так, все більшого значення має набувати метод заохочення. Хоча на сучасному етапі ця теза залишається лише у площині теоретичних досліджень, і навіть воєнний стан не спонукав державу зменшити тиск на підприємця, зокрема у частині здійснення перевірок, впровадження РРО.

На підставі викладеного можна констатувати, що соціальне підприємництво може стати важливим чинником повоєнного відновлення України, зважаючи на його соціальну мету, додаткове залучення фінансових ресурсів та цільову аудиторію. Проте, для цього необхідно прийняти релевантне правове регулювання, оскільки цей інститут вочевидь потребує спеціальних, а не загальних, правових приписів.

#### **Список літератури**

1. Кіреєва О.Б. Соціальне підприємництво як інструмент державної соціальної політики. *Публічне адміністрування: теорія та практика*. 2011. Випуск 2 (6). URL: [www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011&02\(6\)/11kobdsp.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011&02(6)/11kobdsp.pdf) (дата звернення: 01.11.2022).

2. Єфіменко В. Правове значення впливу соціально-економічного сприйняття підприємця на розвиток підприємницької діяльності в континентальній Європі. *Підприємство, господарство і право*. 2020. №5. С. 74-78.

3. Roger L.M., Osberg S. Social Entrepreneurship: The Case for Definition. *Stanford social innovation review*. 2007. URL: [https://ssir.org/articles/entry/social\\_entrepreneurship\\_the\\_case\\_for\\_definition](https://ssir.org/articles/entry/social_entrepreneurship_the_case_for_definition).

4. Peredo A.M., McLean M. Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*. 2006. № 41(1). P. 56-65. URL: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1197663](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1197663).

5. Пилипенко Н.М., Карпець О.В. Теоретичні аспекти соціального підприємництва в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2021. №3. URL: [www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8757](http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8757) (дата звернення: 07.10.2022).

УДК 339.9.012.05

**Боднар О. Я.**

ст. викладач кафедри економіки і менеджменту  
ВП НУБІП України «Бережанський агротехнічний інститут»

### **ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ВИРОБНИЦТВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Сьогодні немає однозначного визначення сутності організаційно-економічного механізму, а дослідники часто використовують це поняття не розкриваючи повністю його сутність. В економічній літературі часто ототожнюють поняття «організаційно-економічний механізм», «господарський механізм» та «економічний механізм». Будь-який організаційно-економічний механізм здійснення певної діяльності в рамках підприємства повинен керуватися принципами, що обумовлюють основоположні аспекти керування та здійснення даної діяльності [1].

Для аграрних підприємств гостро постають проблеми соціально - виробничих відносин, що зумовлені складністю непривабливих умов праці, постійним емоційним навантаженням на людину під час праці, потребою у високій кваліфікації персоналу, які впливають на соціально – трудове забезпечення конкурентоспроможності. Тому в сучасних умовах є актуальним формування організаційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Організаційно-економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємств - це система послідовних дій економічних, організаційних, соціальних, технологічних, екологічних важелів та методів, які здійснюють вплив на систему управління конкурентоспроможністю.

Організаційно-економічний механізм забезпечує формування сприятливих економічних, організаційних, правових та інших умов виробництва конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції, підвищення ефективності використання виробничого потенціалу, надання державної цінової, фінансової, кредитної та інших видів допомоги вітчизняним товаровиробникам.

У комплексі економічних важелів впливу на конкурентоспроможність важливе місце займає механізм ціноутворення. Ціна є найкращим орієнтиром як для виробників, так і для споживачів продукції. Неврегульованість цього механізму призводить до того, що в результаті перенасичення деякими групами товарів як власного, так і імпортного виробництва, відбувається зниження середньореалізаційних цін на сільськогосподарську продукцію за всіма напрямками реалізації.

Не менш важливим для забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції є фінансовий механізм, який включає кредитний і податковий механізми, механізм страхування та інвестиційне забезпечення.

Організаційні важелі механізму конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції повинні передбачати створення ефективно функціонуючої системи

управління суб'єктами господарювання через удосконалення основних функцій управління конкурентоспроможністю продукції та підвищення адаптивності і господарюючих структур до динамічних конкурентного середовища.

Впливаючи на економічні відносини у сфері виробництва, організаційно-економічний механізм є основним інструментом державного регулювання економіки, яке ґрунтується на правових законодавчих актах. Втілюючи в життя економічну політику, держава формує механізм впливу через закони, урядові рішення, укази, інші акти нормативного характеру. На сьогоднішній день дуже важливо, щоб вона визначила конкурентні цілі організаційно-економічного механізму через систему закупок, регулювання земельних відносин, удосконалення організації сільськогосподарського ринку та його інфраструктури, екологічну безпеку, ціноутворення, фінансове забезпечення розвитку аграрної сфери, її інноваційно - інформаційне забезпечення.

Отже, побудова організаційно-економічного механізму конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції повинна здійснюватися через ефективне поєднання системи економічних заходів з елементами організаційного та правового впливу. Тому ефективне функціонування організаційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності продукції неможливе без розроблення і реалізації відповідних заходів на рівні держави.

#### **Список літератури**

1. Федірець О.В. Сутність та принципи формування організаційно-економічного механізму розвитку підприємств агропродовольчої сфери. *Економіка та суспільство*. 2021. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-56>.

**Ворох Н. В.**  
**Науковий керівник:**  
**Крицак О. О.**  
ст. викладач.,

Західноукраїнський національний університет

## **НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Просування персоналу компанії є важливим елементом, який сприяє підвищенню продуктивності підприємства. Фундаментом підприємства є колектив високоосвічених працівників. Менеджери використовують адаптовану систему для ефективного управління потенціалом робочої сили.

У будь-якій організації чи підприємстві високий рівень кваліфікації співробітників є надійним показником продуктивності. У сучасній Україні першочерговою передумовою гідного рівня життя та досягнення особистих амбіцій є розвиток кадрового потенціалу. Таким чином, ця тема є актуальною і потребує подальшого дослідження.

Показники кадрового потенціалу можуть мати як кількісний, так і якісний характер.

Основні якісні показники складаються з різних факторів, таких як професійні характеристики працівників, досвід роботи в галузі, конкурентоспроможність, соціальні та психологічні риси та загальний мікроклімат в організації.

Ключові кількісні показники для оцінки персоналу складаються з таких факторів, як середній вік співробітників, рівень плинності кадрів, середній термін перебування як на певній посаді, так і в організації в цілому, чисельність персоналу та рівень персоналу [1, с. 138].

В основу формування системи управління персоналом організації покладено цілепокладання, підцілеутворення та фундаментальні принципи розвитку кадрового потенціалу. Визначальними у формуванні кадрового потенціалу є такі принципи:

Поняття «систематичність» стосується уявлення про те, що потенціал працівників є динамічною, взаємопов'язаною системою, яка охоплює всі категорії персоналу та призначена для створення та використання людського капіталу підприємства.

Реалістичні шляхи прогресу в соціальному, економічному та політичному секторах держави є найсправжнішими ознаками рівних можливостей.

Керівництво та підприємство в цілому віддають перевагу потребам та інтересам своїх колег, демонструючи повагу до людей як фундаментальну цінність.

Дотримання правових норм і норм соціального забезпечення є абсолютною необхідністю, включаючи дотримання трудового законодавства, цивільного права, господарського права та всіх інших чинних правових актів.

Основою оптимізації є об'єднані можливості робочої сили. Ці здібності є вирішальними для координації дій, які забезпечать стратегічні переваги на ринку товарів і послуг.

Існує постійна взаємодія між політичним і професійним персоналом в організації, що призводить до взаємодоповнювальних відносин між управлінськими ролями [2, с. 311].

Якщо взяти до уваги як якісні, так і кількісні показники, то стає очевидним, що розвиток кадрового потенціалу є життєво важливим аспектом для будь-якого підприємства. Вкрай важливо, щоб інтелектуальний потенціал підприємства був високо оцінений у будь-якій сфері діяльності, оскільки це є головним пріоритетом для команди, що складається з висококваліфікованого персоналу. Це, у свою чергу, призведе до створення відмінної суміші професійних здібностей і навичок, які підвищать конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Для ефективної роботи висококваліфікованих фахівців необхідно ефективно використовувати систему управління персоналом підприємства, докладати зусиль для їх зростання, професійного розвитку та навчання.

#### **Список літератури**

1. Онищенко Е. Система управління кадровим потенціалом підприємства: підхід до проектування підсистем. *Вісник THEU*. 2019. № 1. С. 137-144.

2. Танасюк І. М. Формування кадрового потенціалу через розвиток креативних здібностей персоналу. *Бізнес Інформ*. 2021. № 4. С. 310-315.



УДК 331.1

Дученко М. М.

к. е. н., доцент,

доцент кафедри економічної кібернетики,

Засідателева Я. О.

студентка,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

## **РОЛЬ ПРОЦЕСУ АДАПТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В СИСТЕМІ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА**

Процес успішної адаптації персоналу є важливим аспектом управління людськими ресурсами, який передбачає допомогу новим працівникам адаптуватися до робочого середовища, культури компанії та вимог до роботи. В сучасних умовах багато підприємств мають проблеми з адаптацією нових співробітників, які починаються з низької кваліфікації HR-фахівців та недостатньому фінансуванні цього процесу. Це призводить до збільшення плинності кадрів, низького рівня організованості та морального духу працівників, зниження продуктивності праці. Більшість підприємств зосереджуються на технічних і професійних навичках нових працівників, недооцінюючи соціальну та культурну адаптацію, що призводить до зняття мотивації та невдоволення роботою. Метою дослідження є визначення ролі процесу адаптації персоналу в системі кадрового забезпечення на підприємствах.

Г. Аубер вперше ввів термін «адаптація» в літературі. Спочатку під адаптацією розуміли зміну чутливості аналізаторів під впливом адаптації органів чуття до активних загострювачів [1]. В подальшому, процес адаптації персоналу досліджували багато науковців та практиків з різних галузей. У психології та соціології – це Ерік Еріксон, Джордж Мід, Роберт Мертон та інші. У сфері управління персоналом тему адаптації вивчали з різних підходів: Т. Базаров та Р. Веснин – в контексті управління процесом адаптації, Н. Архипова, А. Кибанов, Ю. Одегов – з точки зору формування комплексної системи управління персоналом, А. Стоянова – зі сторони розвитку персоналу, а О. Цапко зосередилась на проблемах адаптації молодих фахівців.

В управлінні персоналом існують різні визначення адаптації персоналу, але загальний підхід полягає в тому, що адаптація повинна ґрунтуватися на взаємній узгодженості інтересів працівника та підприємства, щоб досягнути результативності процесу адаптації працівника та поставлених цілей підрозділу. Проаналізувавши погляди та визначення різних науковців, можна зробити висновок, що адаптацію персоналу варто трактувати як процес пристосування нового працівника до ситуації на підприємстві, включаючи організацію роботи, робоче середовище та професійні характеристики новачка, з метою досягнення цілей організації та зменшення ймовірності погіршення ефективності роботи.

Процес адаптації персоналу відіграє важливу роль в системі кадрового забезпечення, оскільки передбачає успішну інтеграцію нових працівників у колектив і знижує ризик швидкої втрати ними посади. Роль адаптації персоналу в системі кадрового забезпечення можна визначити наступним чином:

1) Забезпечення ефективного навчання і розвитку нових працівників. Адаптаційна програма допомагає новим працівникам зрозуміти основні процеси,

процедури та цінності організації, надає можливість ознайомитись з ключовими проектами і задачами компанії.

2) Зниження ризику помилок і неефективної роботи нових працівників. Неадаптовані працівники часто роблять більше помилок, потребують більше часу на виконання завдань, що веде до затримок в роботі та втраті доходів.

3) Забезпечення максимального використання потенціалу нового працівника. Правильна адаптація допомагає новим працівникам зрозуміти, які можливості розвитку вони мають в компанії та як їх можна реалізувати, що сприяє підвищенню мотивації та продуктивності роботи.

4) Збереження цінних кадрів. Процес онбордингу допомагає покращити взаємини нового працівника зі новими колегами, сприяє розвитку довіри, комунікації та співпраці, що знижує ризик втрати цінного працівника.

5) Забезпечення взаємодії між новим співробітником та організацією. Адаптація персоналу допомагає новому працівнику бути орієнтованим у просторі та часі, знайомить його зі структурою компанії, її історією, цінностями, місією та стратегією. Це забезпечує збільшення мотивації нового працівника та підвищує його ефективність.

6) Забезпечення ефективності роботи всієї організації. Якщо працівники не можуть адаптуватися до нових умов роботи, це може призвести до погіршення їх робочої продуктивності, зниження морального духу, а також до втрати талановитих співробітників [2].

Програма адаптації нового працівника включає такі важливі етапи:

1. Оцінка рівня підготовленості. Якщо у нового фахівця є спеціальна підготовка і досвід роботи в, перехід до нової організації призводить до зіткнення з різною зовнішньою інфраструктурою організації, новим персоналом і технологією діяльності. Це може створити незнайому ситуацію для працівника, тому оцінка його потреб у підтримці на цьому етапі є важливою [3].

2. Орієнтація на місці. На цьому етапі працівник знайомиться зі своїми обов'язками та вимогами до нього. Це може включати навчання роботі з програмним забезпеченням, пристроями, або іншими технічними засобами, з якими повинен працювати працівник, знайомство з колегами та керівником. На цьому етапі служба управління персоналом може забезпечити підтримку та допомогу новому працівнику в усвідомленні своїх обов'язків та вимог [4].

3. Етап безпосередньої адаптації. Особливу увагу слід приділяти психологічній підтримці нового працівника, оскільки успіх його адаптації залежить від того, як добре він буде прийнятий на робочому місці. Важливо забезпечити можливість для регулярного обговорення будь-яких проблем, що можуть виникнути на початковому етапі, і проводити оцінку ефективності його діяльності, щоб допомогти йому налагодити роботу в новому оточенні [3].

4. Етап повного включення в роботу. Цей етап характеризується поступовим подоланням виробничих і особистих проблем, що дозволяє співробітнику перейти до стабільної роботи. Якщо процес адаптації в організації ретельно спроектований та відповідно відрегульований, то адаптаційний період та витрати на нього можуть бути скорочені в кілька разів. Окрім того, новий співробітник має особистий і фінансовий інтерес у тому, щоб процес адаптації пройшов якнайшвидше. Затримка у проходженні адаптаційного періоду може викликати не тільки моральні втрати,

пов'язані зі страхом неуспіху на новому робочому місці або втратою роботи, але й матеріальні втрати, пов'язані з меншим рівнем заробітної плати на час адаптації. Тому важливо, щоб на цьому етапі новий співробітник був повністю включений в роботу та отримував підтримку з боку колег та керівництва. Регулярні бесіди та оцінювання діяльності на новому робочому місці допоможуть підтримувати ефективність працівника та забезпечити йому необхідну мотивацію для продовження роботи в організації [12].

#### **Список літератури**

1. Aubert H. Physiologie der Netzhout. Breslau, 1865. 245 p.
2. Адаптація персоналу. URL:<https://cleverstaff.net/blog/uk/adaptatsiya-personalu/> (дата звернення: 25.05.2023)
3. Адаптація персоналу: три підходи та чотири етапи. URL: <https://staff-capital.com/adaptatzija-personala-try-pidhody-u-chotyry-etapy/> (дата звернення: 25.05.2023)
4. Manage New Employees' Adaptation In Stages For Better Performance. Forbes. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2021/11/04/manage-new-employees-adaptation-in-stages-for-better-performance/?sh=45a50270779c> (дата звернення: 25.05.2023)

**УДК 339.1**

**Костенюк Ю. Б.**

к.е.н, доцент кафедри підприємництва, корпоративної  
та просторової економіки

**Попенко А. М.**

магістр

Донецький національний університет імені Василя Стуса

### **ОПТИМІЗАЦІЯ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ДИСТРИБУЦІЇ**

Дистрибуція – є однією з найбільш поширеніших форм підприємницької діяльності, оскільки відповідає за якісну взаємодію між виробником та кінцевим споживачем. Для ефективної діяльності організацій цього спрямування необхідним є постійна наявність товарів на складах у оптимальному розмірі.

Малі запаси матеріальних ресурсів призводять до додаткових витрат, що мають прямий зв'язок із простоями та втратою можливості задовольнити клієнтський попит. З іншого боку, існування надлишку запасів призводить до додаткових витрат на зберігання, утилізацію товарів, у яких вийшов термін придатності, та зменшенню обороту фінансових ресурсів.

Економічний аспект оптимізації матеріальних ресурсів на підприємствах дослідили Єрмак С. А., Крючкова І. В., Ларка А. В., Гордон М. П., Машак Н. [1, 2, 4]. На противагу даним дослідникам, Чорнобай К. Ю. та Седик О. Л. [3] запропонували модель виробничої програми та зокрема запасової складової.

Незважаючи на широку низку наукових праць у сфері матеріальних ресурсів, ефективність застосування останніх у системі дистрибуції описана досить стисло.

Мета дослідження – аналіз можливих управлінських рішень на підприємстві дистрибуційного спрямування у напрямку оптимізації матеріальних ресурсів.

Сучасне господарське середовище ставить перед підприємствами дистрибуції виклик у забезпеченні ефективного управління матеріальними ресурсами. Оптимізація матеріальних ресурсів має вирішальне значення для підприємств, оскільки вона дозволяє знизити витрати, підвищити рентабельність та задовольнити потреби клієнтів.

У зв'язку з тим, що зберігання матеріальних ресурсів є витратною частиною, першим показником, який може слугувати «барометром» у сфері дистрибуції є товарообіг підприємства. Для того, щоб зрозуміти ризик втрат, використовують порівняння розрахункового обороту в днях із можливими термінами використання продукту. Оборот в днях можна розрахувати за формулою:

$$T = \frac{Z * 30}{\bar{S}} \quad (1.1)$$

де  $T$  – період обороту товару в днях,  $\bar{S}$  – середньомісячні продажі за обраний період в штуках,  $Z$  – обсяг запасів у штуках.

Фактично, середньомісячні продажі у формулі можна брати за будь-який період, однак по замовчуванню обирається рік продажів. Це здійснюється для уникнення понаднормових значень – розпродажів, сезонності тощо.

У разі, якщо показник обортовості показує надвисокі значення, важливим є прийняти рішення щодо оперативного збуту даної продукції. Для того, щоб не втрачати значної маржі, на практиці часто використовують розрахунки здійснення промо-активностей, які умовно можна поділити на:

– подарункова позиція – розпродаж шляхом схеми “ $N + M$ ”, де  $N$  – кількість позицій, що потрібні для отримання акційної пропозиції,  $M$  – кількість подарункових позицій. Позиція “ $N$ ” може також бути супутнім товаром, до якого в подарунок йде ризикова позиція.

– TPR – знижка у накладну, полягає у зниженні загальної ціни на певний період.

Існує також інший критерій, запропонований В. Вільсоном, що показує оптимальну величину запасу за критерієм мінімізації сукупних витрат на зберігання та його повторення [5]:

$$n_M = \sqrt{\frac{2 * M_p * C_{\Pi}}{C_M * K_H}} \quad (1.2)$$

де  $M_p$  – річна потреба у матеріалі (продуктові),  $C_{\Pi}$  – транспортно-заготівельні витрати (ТЗВ) на одну партію поставки;  $C_M$  – ціна одиниці матеріалу без урахування ТЗВ,  $K_H$  – коефіцієнт, що враховує втрати, пов'язані із міграцією коштів у запаси й витрати на зберігання матеріалів.

Даний показник допомагає у виборі конкретного продукту, розуміння логіки його розміщення на складі та використання в пакеті торгових марок та номенклатурних позицій компанії. Основною перевагою його використання є врахування транспортно-заготівельних витрат, які фактично додаються до ціни закупки даного товару.

Додатковою опцією розрахунку є потреба у розумінні обсягів закупівель. Часто оптова закупівля товарів є більш вигідною за роздрібну, однак без математичного обґрунтування, надлишок запасів призведе до збільшення видатків продукції.

Формулу Вільсона можна застосовувати в тандемі із розрахунком очікуваної вартості товарів:

$$OB = V * p * k_i \quad (1.3)$$

де OB – очікувана вартість; V – обсяг закупівель; p – ціна минулого періоду;  $k_i$  – коефіцієнт індексації.

Коефіцієнтом індексації часто слугує середній коефіцієнт інфляції країни за минулий період.

Очікувана вартість – розрахункова вартість матеріального ресурсу, що слугує для розуміння доцільності та обсягу закупівель певного товару. У порівнянні з ринковими цінами та додаючи очікувану націнку у підприємства з'являється розуміння конкурентоспроможності продукту та його позиціонування на ринку супутніх товарів.

Матеріальні ресурси є надважливою категорією у системі дистрибуції підприємства. Для прийняття управлінських рішень щодо кількості запасів, доцільно користуватись математичними розрахунками. У роботі запропоновані три критерії: за оборотністю, витратами та очікуваною вартістю. Розуміючи ринкові альтернативи та сутність даних показників, керівництво організації може винести більш обґрунтовані рішення щодо обсягу закупівель та розміщення товарів.

#### Список літератури

1. Крючкова І. В. Оптимізація матеріальних запасів на сучасному підприємстві: економічний аспект. *Ефективна економіка*. 2012. № 7. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2012\\_7\\_34](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_7_34).
2. Мащак Н., Зеленюк В. Оптимізація складської діяльності підприємства на засадах логістики. *Економіка та суспільство*. Вип. 43 (Вересень). 2022. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-33>.
3. Карінцева, О. І., Харченко, М. О., Пономарьова, Г. С. Підвищення ефективності бізнес-процесів на виробничому підприємстві. *Механізм регулювання економіки*. 2020. № 4. С. 58-69. DOI: <https://doi.org/10.21272/mer.2020.90.04>.
4. Єрмак С.О. Оптимізація товарних запасів торговельних підприємств на базі інтегрованого ABC-XYZ-QRS аналізу. *Торгівля і ринок України*. 2013. 1 (35). С. 81-90
5. Селезньова Н.О., Казакова І.С. Використання формули Вілсона для визначення економічного розміру замовлення на промислових підприємствах. *Вісник Запорізького національного університету*. 2012. Вип. 16, №4. С. 100–105

УДК 658.012

**Нагорна Д. А.**

студентка ННІ «Каразінська школа бізнесу»

**Науковий керівник:**

**Дячек В. В.**

к.е.н., доцент ННІ «Каразінська школа бізнесу»

#### **БІЗНЕС ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЕОПОЛІТИЧНИХ КРИЗ**

*Вступ.* Геополітична криза є складною ситуацією, яка виникає в результаті політичних, економічних або соціальних конфліктів між країнами або регіонами.

Цей тип кризи може мати значний вплив на бізнес-середовище, створюючи небезпеки і ризики для підприємств. В таких умовах планування бізнесу стає надзвичайно дієвим інструментом для забезпечення стійкості та успіху підприємств.

*Предметом дослідження* є планування бізнесу підприємств в умовах геополітичної кризи.

*Мета дослідження* – визначення основних аспектів, що варто враховувати при бізнес планування своїх підприємств в умовах геополітичних криз.

*Методом* даного дослідження є вивчення ролі бізнес-планування підприємств в умовах геополітичної кризи та розробка рекомендацій щодо ефективного використання цього інструменту.

*Виклад основного матеріалу.* Планування бізнесу є першим етапом для підприємств у будь-яких умовах, але в умовах геополітичної кризи його значення стає особливим місцем. Геополітичні кризи можуть включати політичні конфлікти, торгові санкції, зміни в міжнародних відносинах та інші події, які мають серйозний вплив на бізнес-середовище.

Бізнес-планування в умовах геополітичного кризу вимагає від аналізу підприємства та стратегічного підходу. Основна мета такого планування – забезпечити стійкість та успішну роботу підприємства навіть в умовах незрозумілих та нестабільних ринкових умов.

Перший крок у плануванні бізнесу в умовах геополітичної кризи – це аналіз поточної ситуації та оцінка її впливу на підприємство. Цей крок включає дослідження геополітичних факторів, які впливають на ринок та бізнес-середовище, а також визначення потенційних ризиків та можливостей, які вони створюють. Аналіз поточної ситуації визначає, які конкретні виклики та загрози стоять перед підприємством [1; 2].

Другий крок – розробка стратегії адаптації. На основі аналізу геополітичної ситуації підприємство повинно розробити стратегію, яка йому дозволить успішно протистояти негативним впливам кризових подій і використати можливості, що забезпечують. Це може включати зміни відділу продажу та маркетингу, розробку альтернативних постачальницьких ланцюгів, диверсифікацію продуктової лінії або введення нових ринків.

Третій крок – розробка фінансового плану. Умови геополітичної кризи можуть істотно вплинути на фінансовий стан підприємства, тому важливо розробити реалістичний фінансовий план, який дозволить уникнути змін у витратних статтях, доходах та інвестиціях. Фінансовий план також повинен включати варіанти стрес-тестування, програмування, як підприємство витримує екстремальні ситуації.

Четвертий крок – реалізація та моніторинг плану. Після розробки бізнес-плану в умовах геополітичної кризи його важливо реалізувати та постійно моніторити. Підприємство має відслідковувати зміни в геополітичній ситуації, оцінювати їх вплив на бізнес та вчасно коригувати стратегію, якщо потрібно убезпечити власне підприємство.

Загалом, планування бізнесу підприємств в умовах геополітичного кризу вимагає глибокого аналізу, гнучкості, адаптивності та здатності запобігати змінам. Впровадження вищезазначених підходів дозволить зберегти стабільність і досягти успіху навіть у непевних годинах [3; 4].

*Висновок.* Таким чином, планування бізнесу в умовах геополітичної кризи є необхідним кроком для приєднання підприємств, що дозволяє їм адаптуватися до змін, визначити свої стратегічні цілі та забезпечити стійкість та успішну діяльність. Розробка ефективних бізнес-планів, аналіз ризиків та використання прогностичних моделей є ключовими елементами успішного бізнес-планування. Рекомендації, отримані з даного дослідження, можуть бути використані підприємствами для підвищення їх конкурентоспроможності та успішного функціонування в умовах геополітичної кризи.

#### **Список літератури**

1. КРМГ: огляд прогнозів геополітичних ризиків у 2023 році – висновки для бізнесу. Електронний ресурс – Режим доступу: <https://mind.ua/publications/20255679-krmg-oglyad-prognoziv-geopolitichnih-rizikiv-u-2023-roci-visnovki-dlya-biznesu>
2. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посіб. / З. С. Варналій, Т. Г. Васильців, Р. Л. Лупак, Р. Р. Білик. Чернівці: Технодрук, 2019. 264 с
3. Покропивний С. Ф. М. Соболев, Г. О. Швиданенко, О. Г. Дерев'янку. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: навч. посібник. Вид. 2-ге, доп. К.: КНЕУ, 2002. 379 с
4. Череп А. В., Лисенко О. А. Необхідність бізнес-планування. Економічні науки, Вісник Хмельницького національного університету 2009, № 6, Т. 1. С. 119-122.

**УДК 339.13**

**Пашкуда Т. В.**

к.е.н., доцент кафедри економіки та фінансів підприємства,  
Державний торговельно-економічний університет

**Кара В. І.**

студентка,  
Державний торговельно-економічний університет

### **СТРУКТУРА ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ**

Логістика – нова ідеологія оптимізації управління й планування матеріальних та пов'язаних з ними інформаційних і фінансових потоків на основі системного підходу та економічних компромісів з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств. Основна мета логістичного менеджменту в сучасних умовах бізнесу полягає у сприянні досягненню стратегічних цілей фірми і створенню конкурентних переваг. До ключових факторів конкурентної переваги у світовій економіці нині належать лідерство в якості продуктів та послуг та оптимізації витрат; диференціація; стратегічний фокус [1].

Логістика має великий потенціал економічної ефективності. Економічний ефект логістики виявляється у високому рівні організації виробництва і як наслідок в економії матеріальних та грошових ресурсів. Величина ефекту, у свою чергу, залежить від масштабів поширення логістики.

Основна проблема, яка виникає під час виділення логістичних витрат полягає в тому, що традиційна бухгалтерська практика класифікації та обліку основних видів витрат, як правило, не містить адекватної інформації для ідентифікації витрат,

пов'язаних з логістичними процесами. Причина полягає в тому, що традиційні системи обліку агрегують логістичні витрати в інші групи корпоративних витрат, що не дозволяє провести їх детальний аналіз, врахувати всі наслідки прийнятих управлінських рішень, а також їх вплив на загальну ефективність логістичної системи. Все це обумовлює той факт, що логістичні витрати знаходяться поза контролем керівництва підприємства.

Традиційно логістичні витрати можна оцінити:

- за місцем виникнення;
- за носіями витрат;
- за аналітичними рахунками витрат;
- за фазами логістичного процесу тощо [2].

Місцями виникнення витрат можна вважати місця виконання логістичних функцій: складування матеріалів, транспортування матеріалів, внутрішньозаводське транспортування, складування готових виробів, пакування готових виробів тощо. Спільне використання ознак місця виникнення та елементів витрат дає змогу встановити носіїв витрат [2].

Класифікація логістичних витрат за фазами логістичного процесу, по-перше, може подаватися з погляду фаз виробництва; по-друге, з погляду станів логістичного процесу, таких як рух, спокій, процес у «задумі». Важливим, як і для будь-яких витрат, є поділ логістичних витрат на змінні і постійні. Не менш важливим для оцінки загальних логістичних витрат є обрахунок, наприклад, витрат підприємства від замороження капіталу у запасах або очікуваних витрат підприємства від вичерпання запасів, що не є фактичними витратами, понесеним у цьому періоді [2].

Безпосередніми статтями витрат заготівельної логістики є транспортування сировини та напівфабрикатів, їх зберігання та контроль за надходженням матеріалів. У виробничій та розподільчій галузях логістики великі витрати пов'язані зі зберіганням напівфабрикатів та готової продукції, пакуванням та сортуванням, реалізацією і транспортуванням товарів, а також з управлінською діяльністю та виконанням інших операцій [3].

Отже, логістика допомагає знайти і реалізувати оптимальне співвідношення витрат, запасів і якості обслуговування. Для цього виконуються багатоваріантні розрахунки, оптимальним з яких є той, що забезпечує найбільшу вигоду системі в цілому.

### **Список літератури**

1. Гурч Л. М. Логістика : Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : ДП «Видавничий дім «Персонал», 2008. 560 с.
2. Крикавський Є. Логістика для економістів: Підручник. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2014. 443 с.
3. Крикавський Є. В., Чухрай Н. І., Чернописька Н. В. Логістика: компендіум і практикум. Навчальний посібник. Київ: Кондор, 2019 р. 338 с.



УДК 331.97

**Пашкуда Т. В.**

к.е.н., доцент кафедри економіки та фінансів підприємства,  
Державний торговельно-економічний університет

**Латишева Л. О.**

студентка,  
Державний торговельно-економічний університет

## **МЕТОДИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОРГІВЛІ**

Кожного місяця по всій планеті за умов ринкового господарювання з'являються нові підприємства в сфері торгівлі. Для забезпечення ефективності їх роботи власники бізнесу повинні надавати мотивацію працівникам і використовувати різні методи для цього.

Продуктивність праці – це показник, який, з одного боку, характеризує ефективність використання персоналу підприємства, а, з іншого боку, показує здатність працівника випускати певну кількість продукції за одиницю часу [1].

Можна розрізняти різні види продуктивності праці за економічними рівнями дослідження;

– індивідуальна продуктивність праці – це продуктивність окремого конкретного працівника;

– виробнича продуктивність праці – це продуктивність на певній виробничій ділянці, підприємстві;

– локальна продуктивність праці – це продуктивність праці в регіоні чи галузі;

– суспільна продуктивність праці – це продуктивність праці по економіці країни в цілому [1].

Передумовою ефективної мотивації праці є створення відповідної структури виробництва як в соціальній, так і у виробничій сферах. На жаль, у сучасних умовах проблемою стимулювання є недосконалість мотивації на підприємствах, недостатнє фінансування заходів, спрямованих на заохочення персоналу. З самого початку керівники давали стимул в матеріальних та організаційних аспектах спонукання. На сучасному ж етапі все акцентується на соціально-психологічних аспектах мотивації, що створюють умови для досягнення високих результатів виробничо-господарської діяльності з мінімальними затратами [2].

Але найбільш ефективна мотивація – це матеріальна та організаційна (розважальні заходи, дозвілля, вирішення проблем на зборах колективу тощо) винагорода.

Нині люди більшість свого часу проводять на роботі. Тому їм хочеться відчувати себе там максимально комфортно та зручно. Якщо цього не відбувається, вони бажають якомога скоріше потрапити додому або якимось відволіктися від роботи, що знижує їх продуктивність праці. Тому для керівництва постає завдання створити належну мотивацію для працівникам.

Більшість роботодавців вважають, що на це вимагає великих затрат часу й коштів, але це не так. Існують різні чинники, які підвищують продуктивність праці, до них відносять все, що пов'язано з поліпшенням організації праці та виробництва,

соціальних умов працівників. Щодо зниження – несприятливий вплив природних умов, недоліки в організації виробництва і праці, негативний вплив соціальної обстановки [1].

Тому можна побудувати таку стратегію/метод для робочої сили підприємства [3]:

- з новим перспективним працівником укладається контракт;
- робітник працює за спеціальністю, збільшуючи обсяги виробництва;
- працівник проходить курси з виробничої кваліфікації, щоб збільшити професійні знання (за кошти підприємства);
- поглибивши кваліфікацію, робітник збільшив свою продуктивність, тому він ще збільшує обсяги виробництва;
- роботодавець покращує умови праці, що знову ж таки призводить до того, що працівник виробляє більше;
- керівник використовує методи мотивації (збільшення зарплатні, премії, кращий офіс);
- робітник намагається працювати краще за інших, збільшує кількість виробленої продукції.

Найбільш оптимальними вважаються такі заходи стимулювання працівників для підвищення їх продуктивності:

- Вищий рівень оплати праці;
- Медичне страхування;
- Колективні заходи та організація колективного дозвілля.

Отже, щоб завжди мати контроль над робочою силою й не втратити працівників, керівнику потрібно завчасно створювати довгостроковий план-стратегію. Ця стратегія має передбачувати інтелектуальний розвиток працівників задля збільшення продуктивності виробничої праці на підприємстві й задовольняти потреби обох сторін.

### **Список літератури**

1. Методичні основи підвищення ефективності праці робітників підприємств в умовах євроінтеграції. URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/4085/rozvytok.pdf> (дата звернення: 19.05.2023).
2. Павленко В.С., Кученко В.Й. Мотивація персоналу підприємства як інструмент підвищення продуктивності праці. *Економіка і менеджмент – 2013: перспективи інтеграції і інноваційного розвитку*. Том. 4.
3. Харцій А.Д., Сохач С.С. Підвищення продуктивності праці через стимулювання працівників за сучасних умов господарювання. *Ефективна економіка*. 2009. № 3.

УДК 332.122:338.43:330.332(477)

Герасимчук В. Г.  
аспірант

Вінницький національний аграрний університет

## СТАН ІНВЕСТИВАННЯ В СІЛЬСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО

Україна є країною з високим потенціалом розвитку аграрного сектору, що робить сільські території привабливими для інвесторів.

Так, в Законі України «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність»: «сільська місцевість – це території, що знаходяться за межами міст і є переважно зонами сільськогосподарського виробництва та сільської забудови» [1].

Підвищити конкурентоспроможність і економічну ефективність сільських територій можна за рахунок нових інвестицій в сільське господарство.

Інвестиції відіграють провідну роль у технічній і технологічній модернізації сільськогосподарських підприємств та підвищенні їхньої конкурентоспроможності. Інвестиції є важливою передумовою інноваційного зростання [2].

На основі аналізу динаміки надходження прямих інвестицій в Україну за видами економічної діяльності за останні три роки, можна зробити висновок, що сільське господарство не є найбільш привабливими для інвесторів.

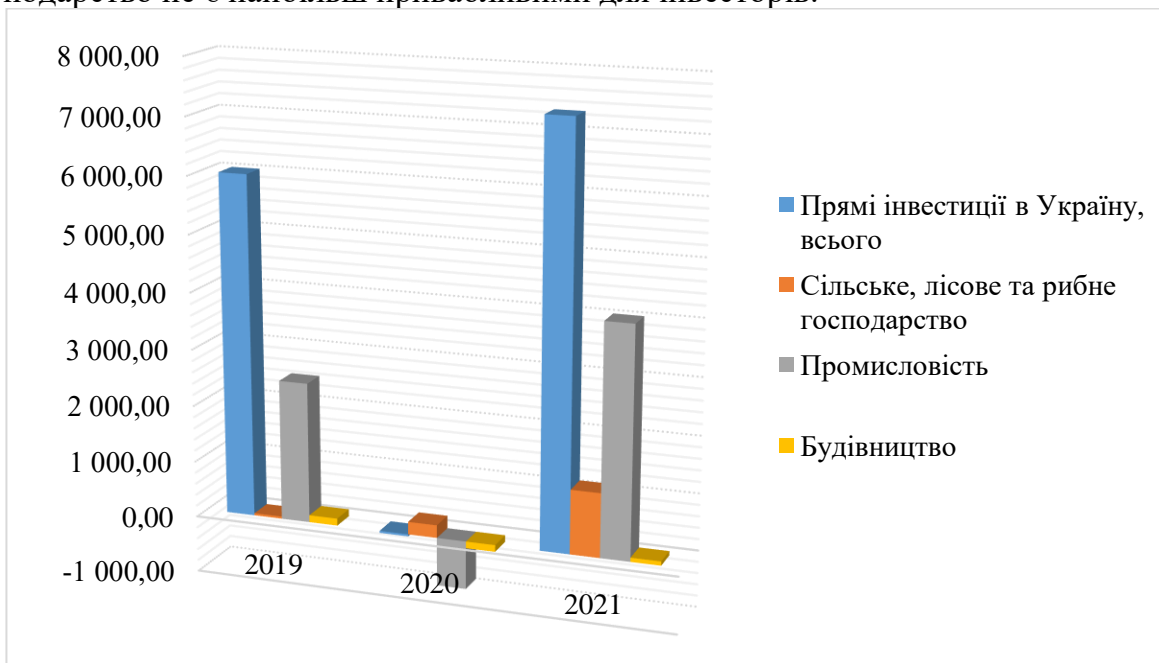


Рис. 1. Динаміка прямих інвестицій в Україну за видами економічної діяльності [3]

Так як, у 2019 році лише 0,63% всіх прямих інвестицій в Україну було спрямовано на сільське, лісове та рибне господарство. У 2020 році інвестицій в цей

сектор не було, а вже у 2021 році частка інвестицій у сільське господарство зростає до 15,41%, що є позитивною тенденцією.

Отже, аналіз прямих інвестицій показує недостатню привабливість сільського господарства для інвесторів. Причинами та проблемами того можна назвати:

- недостатня правова інфраструктура;
- недостатня інфраструктура у сільській місцевості;
- низька рентабельність – це пов'язано з високими витратами на виробництво, низькими цінами на продукцію і недостатнім доступом до фінансування;
- відсутність розвинутої ринкової інфраструктури;
- високий рівень ризику сільського господарства;
- соціальні фактори;

Таким чином, необхідно вдосконалити механізм залучення інвестицій в аграрний сектор за допомогою державних пільг та підтримки вітчизняних виробників. Це підвищить інвестиційну привабливість сільських територій.

#### **Список літератури**

1. Закон України «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність». URL: [<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1807-15#Text>] (дата звернення: 25.05.2023).
2. Герасимчук В.Г. Роль інвестицій у сільській території України: проблеми та перспективи. *Економіка. Фінанси. Право*. 2022. №9 С. 9-13
3. Міністерство економіки України: офіційний сайт. URL: <https://www.me.gov.ua> (дата звернення: 29.05.2023).



УДК 339.13.012.42

**Пашкуда Т. В.**

к.е.н., доцент кафедри економіки та фінансів підприємства,  
Державний торговельно-економічний університет

**Шефкіна М. Л.**

студентка,  
Державний торговельно-економічний університет

### **ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ВІЙНИ**

Коли війна настає, то це стає викликом для всіх підприємств, включаючи торговельні. У таких умовах попит на товари та послуги може дуже швидко змінюватися, що стає викликом для збереження своєї конкурентної переваги на ринку. Але, з іншого боку, цей виклик може стати рятівним судном для багатьох підприємств. Тому я би хотіла розглянути, як саме підприємства можуть формувати свою конкурентну перевагу під час війни, які інструменти можуть використовувати та які можливості для них відкриваються.

Повномаштабне вторгнення росії в Україну принесло нові виклики, на які ніхто не очікував, але вони мали вплив як на великі, так і на малі та середні підприємства. За оцінками Національного банку, під час війни економіка України втрачає 50% "невиробленого" ВВП. Тобто кожен тиждень коштує національній економіці понад 50 млрд грн. [2].

Другим наслідком стала нестача фінансування. 40% компаній потребують оборотного капіталу, а банківське кредитування було майже припинене [3].

Також великою проблемою є логістика, якої зазнають 44% підприємств. Зараз відбулися розриви звичних транспортних ланцюжків, через блокування портів, оскільки пріоритетними зараз є військові та гуманітарні вантажі. Нестача пального та його ціна теж сповільнюють процес логістики. На додачу, щоденні російські обстріли знищили понад 20 % складських приміщень з товарами на території України. Війна не тільки створила нові проблеми, а й загострила існуючі. Через те, що щонайменше 5 млн. людей виїхало за кордон, людський капітал та наявність робочої сили видимо впали.

Треба зазначити, що не тільки Україна постраждала економічно, а й увесь світ. Україна експортувала дуже багато товарів, у січні та лютому 2022 року показники експорту показували позитивну динаміку, проте вже в березні стався різкий обвал – скорочення становило 50% [1].

Але незважаючи на всі вище перераховані наслідки війни, український бізнес не тільки не здався, але й почав пристосовуватися до умов війни та розвиватися. Які ж стратегії можуть бути задіяні під час війни, щоб бізнес залишався на плаву?

По-перше, аналіз та адаптація до змін. Напевне найскладніший, але й найважливіший пункт. В умовах війни треба бути готовим до того, що попит та ціни

постійно змінюються, а колись переваги можуть стати недоліком для бізнесу. Тому варто завжди мати план «Б» і ще п'ять креативних ідей. Треба вчасно побачити зміни на ринку та пристосувати підприємництво до них [4].

По-друге, розвиток маркетингової стратегії. Під час війни у людей змінюються пріоритети та бажання. Люди починають по-іншому дивитися на життя. Більшість зараз хочуть допомогти країні та армії, тому багато грошей віддають у благодійні організації. Співпраця з фондами або створення власного фонду, в який буде йти відсоток від продажу приверне до вас більше уваги та дасть більшу довіру споживачів.

По-третє, креативність. Сьогодні все українське користується великою популярністю та попитом. Якщо правильно обіграти історію та культуру у поєднанні з сучасними реаліями, продукт має великі шанси на попит.

Узагальнюючи, війна є викликом викликом для будь-якого підприємництва але в той же час це може стати поштовхом до успіху і створюючи конкурентні переваги компанія має змогу вийти у лідери ринку. Військовий стан створює не тільки багато обмежень, але й нові можливості для розвитку та зміцнення позицій на ринку. Українські підприємства показують неймовірну силу, витривалість та креативність.

### **Список літератури**

1. Григоренко Є., Шніцер М. Як після війни Україна має відновлювати економіку та бізнес. Велике дослідження – Forbes.ua. *Forbes.ua | Бізнес, мільяртери, новини, фінанси, інвестиції, компанії*. URL: <https://forbes.ua/money/yak-pisslya-viyni-ukraina-mae-vidnovlyuvati-ekonomiku-ta-biznes-velike-doslidzhennya-deloitte-15122022-10501> (дата звернення: 03.03.2023).

2. Економічна правда. Бізнес в умовах війни: хто зазнав найбільших втрат та як відновлюються підприємства. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/03/23/684549/> (дата звернення: 03.03.2023).

3. Експорт України 2022: вплив війни на географію та обсяги продажів. *Центр розвитку інновацій*. URL: <https://cid.center/export-of-ukraine-2022-the-impact-of-six-months-of-war-on-geography-and-sales-volumes/> (дата звернення: 03.03.2023).

4. Підприємницький фронт: як змінився бізнес через війну. *Mind.ua*. URL: <https://mind.ua/openmind/20250118-pidpriemnickij-front-yak-zminivsia-biznes-cherez-vijnu> (дата звернення: 03.03.2023).

УДК 65.011.56

Шевченко І. Ю.  
д. е. н., професор,  
декан факультету управління та бізнесу,  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

### АВТОМОБІЛЬНИЙ ТРАНСПОРТ В УКРАЇНІ ЯК ДЖЕРЕЛО ЗАБРУДНЕННЯ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Автомобільний транспорт є основою транспортної системи будь-якої країни, забезпечуючи перевезення вантажів і переміщення пасажирів. Не є винятком і Україна, де автомобільний транспорт з огляду на беззаперечні переваги утримує «пальму першості» у здійсненні вантажних, пасажирських і змішаних перевезень протягом багатьох років.

В той же час попри потужну «eco-friendly» тенденцію в автомобільній індустрії, переважна більшість автомобілів в Україні продовжує виступати забруднювачами навколишнього середовища. Забруднення навколишнього середовища, здійснюване автомобілями, має вигляд викидів в атмосферне повітря забруднюючих речовин (на кшталт діоксиду сірки, оксиду вуглецю, діоксиду азоту, оксиду азоту, неметанових летких органічних сполук, аміаку, метану, сажі) та діоксиду вуглецю.

Здійснимо аналіз забруднення навколишнього середовища автомобільним транспортом в Україні в період 2010-2020 рр., представивши основні результати у вигляді табл. 1.

Таблиця 1

#### Забруднення навколишнього середовища автомобільним транспортом в Україні в період 2010 – 2020 рр.

Показники	2010 р.*	2015 р.*	Δ, %**	2020 р.*	Δ, %**
Викиди забруднюючих речовин, тис. т, у т.ч.:	2313,8	1446,0	-37,51	1436,7	-0,64
- діоксид сірки;	19,8	16,3	-17,68	18,2	11,66
- оксид вуглецю;	1782,7	1092,0	-38,74	1084,7	-0,67
- діоксид азоту;	206,1	152,9	-25,81	161,8	5,82
- оксид азоту;	1,3	0,8	-38,46	0,8	0,00
- неметанові леткі органічні сполуки;	272,4	157,6	-42,14	141,7	-10,09
- аміак;	0,018	0,009	-50,00	0,007	-22,22
- метан;	7,6	4,7	-38,16	4,9	4,26
- сажа.	23,8	21,6	-9,24	24,6	13,89
Викиди діоксиду вуглецю, тис. т	28173,3	22250,2	-21,02	30566,9	37,38

Джерело: \* сформовано автором за даними [1, с. 24-26],

\*\* розраховано автором.

З даних табл. 1 слідує, що в досліджуваній період в Україні у перше п'ятиріччя мала місце позитивна тенденція суттєвого скорочення викидів автомобілями забруднюючих речовин (на 37,51%) і діоксиду вуглецю (на 21,02%) до атмосферного повітря. Але вже в наступне п'ятиріччя (2016-2020 рр.) вказана позитивна тенденція була практично нівельована.

Так загальний обсяг викидів автомобілями забруднюючих речовин до атмосферного повітря практично не зазнав змін у період 2016-2020 рр. за рахунок зменшення викидів оксиду вуглецю (на 0,67%), неметанових летких органічних сполук (на 10,09%) і аміаку (на 22,22%), проте збільшення викидів діоксиду сірки (на 11,66%), діоксиду азоту (на 5,82%), метану (на 4,26%) та сажі (на 13,89%). Вкрай негативною є тенденція збільшення викидів автомобілями діоксиду вуглецю до атмосферного повітря у 2016-2020 рр. порівняно з 2011-2015 рр. – з 22250,2 тис. т у 2015 році до 30566,9 тис. т у 2020 році, тобто одразу на 37,38%.

Отримані дані свідчать про те, що попри зростання популярності електромобілів в Україні та вагомі спільні зусилля держави й екоактивістів, автомобільний транспорт продовжує залишатися потужним забруднювачем навколишнього середовища.

#### **Список літератури**

1. Довкілля України 2021: статистичний збірник. Київ: Державна служба статистики України, 2022. 149 с.



**СЕКЦІЯ 8 ||| ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ**  
**SECTION 8 ||| ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES**

УДК: 336.66

**Зибарева О. В.**  
д.е.н., професор,  
професор кафедри бізнесу та управління персоналом,  
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича  
**Новак Т.**  
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

**ІНТЕРНЕТ РЕЧЕЙ (ІОТ) У ПОЛІТИЦІ УПРАВЛІННЯ  
ОСНОВНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Розвиток ІоТ вже декілька років впливає на політику управління капіталом підприємств багатьох країн, відкриваючи нові можливості й виклики.

Інтернет речей (ІоТ) – це концепція мережі, що перетворює фізичні об’єкти на «розумні» пристрої, які здатні обмінюватися даними та взаємодіяти між собою та зі світом [1, с. 73]. Введення цієї технології для управління основним капіталом підприємства може призвести до численних переваг [2]. Крім Інтернету речей (ІоТ) на виробництвах зустрічається Промисловий інтернет речей (ІоТ). Часто ці поняття загально називають Інтернетом речей, але ІоТ є більш специфічним і має такі відмінності:

– цільовий сегмент: промисловий ІоТ, як правило, зосереджується на таких галузях, як нафта і газ, електростанції та виробництво.

– програмування та мережа: ІоТ вимагає великомасштабних мережевих систем, щоб керівник виробництва міг контролювати фабрики зі штаб-квартири компанії. для інтернету речей зазвичай достатньо мобільного додатку.

– протоколи безпеки: інфраструктура інтернету речей вимагає надійних систем кібербезпеки, з іншого боку, інтернет речей вимагає менш суворої безпеки мережі [3].

Серед можливостей ІоТ (включаючи і ІоТ) у політиці управління основним капіталом підприємства можна виділити:

– моніторинг стану обладнання шляхом встановлення різноманітних датчиків, що попереджають можливі поломки;

– оптимізація процесів технічного обслуговування;

– зменшення витрат на ресурси шляхом відстеження їх використання;

– підвищення продуктивності праці в результаті шляхом ефективного моніторингу процесів;

– збільшення рівня технічної безпеки на підприємстві за допомогою відслідковування рівня вібрацій та температури обладнання;

– управління запасами на підприємстві;

– зменшення суб’єктивності при прийнятті рішень на підприємстві шляхом збору об’єктивних даних.

Існують такі виклики при впровадженні систем Інтернету речей у політиці управління основним капіталом підприємства:

1. кібербезпека та захист даних: захист інформації від кібератак та несанкціонованого доступу.

2. інвестиції та ресурси: потреба у великих інвестиціях та ресурсах.

3. інфраструктура: необхідність розвитку відповідної інфраструктури.

4. скептицизм підприємців: сумніви та опір з боку традиційно налаштованих підприємців.

5. дотримання встановлених стандартів та вимог.

Запам'ятовування і забезпечення безпеки стають найбільшою перешкодою для росту та прийняття на ринку Інтернету речей (IoT) через зростаючу кількість підключених пристроїв у промислових середовищах. У 2019 році кількість кібератак на пристрої IoT зросла на 300%. Незважаючи на це, оцінки свідчать про те, що уникнення промислових зупинок за допомогою IoT може знизити річні витрати на понад 50 мільярдів доларів США – що є значною втратою, яку будь-який бізнес прагне уникнути [4]. Щодо скептицизму підприємців, то в такому випадку вони можуть почати зі ступінчастого впровадження IoT, або звернутись до професіоналів чи прикладів використання IoT та переконатись в їх можливостях.

#### **Список літератури**

1. Палагнюк С., Зибарева О. Застосування Інтернету речей у роздрібній торгівлі: від побудови до інноваційних рішень : *Економічна безпека держави та суб'єктів підприємницької діяльності в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення* : Мат. X Всеукраїн. наук.-практ. конф. (25–27 травня 2023 р., м. Львів) / упоряд. А. М. Штангрет. Львів: Укр. акад. друкарства, 2023. 128 с., С. 73-75.

2. Internet of Things, IoT. URL: <https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/internet-veschej-internet-of-things-iot> (дата звернення: 22.05.2023)

3. Різниця між IIoT та IoT Technologies. URL: <https://www.mokosmart.com/uk/iiot-vs-iiot-technologies/> (дата звернення: 22.05.2023).

4. How the Industrial Internet of Things is Transforming Business. URL: <https://dgtlinfra.com/industrial-internet-of-things-iiot/> (дата звернення: 22.05.2023)

**Ціжма Ю. І.**

к.е.н., доцент,

доцент кафедри теоретичної і прикладної економіки,

Прикарпатський національний університет

імені Василя Стефаника,

**Дмитроняк О. М.**

бакалаврантка спеціальності «Підприємництво та торгівля»,

Прикарпатський національний університет

імені Василя Стефаника

## **КОМПЛЕКСНА АВТОМАТИЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

У сучасному світі технології є невід'ємною частиною розвитку будь-якого підприємства. На даний час підприємства автоматизують окремі бізнес-процеси без комплексної їх автоматизації [3].

Комплексна автоматизація підприємства – це процес реалізації автоматизації різних внутрішніх процесів підприємства за допомогою інформаційних технологій і програмного забезпечення, включаючи автоматизацію бухгалтерського обліку, управління виробництвом, матеріально-технічного забезпечення, збуту, маркетингу, обліку персоналу та інших функцій підприємства.

Автоматизація бізнесу може підвищити його ефективність, зменшити операційні витрати та збільшити прибуток. Вона також допомагає підприємствам бути більш конкурентоспроможними на ринку, забезпечує більш точний і швидкий облік даних,

а також дозволяє керівництву підприємства приймати більш обґрунтовані управлінські рішення [1].

На підприємстві можна автоматизувати різноманітні процеси, котрі зображені на рисунку 1.

Сьогодні, як ніколи, на українському ринку представлено багато програмних продуктів, які можуть автоматизувати окремі бізнес-процеси на підприємстві.



**Рис. 1. Процеси, які можна автоматизувати на підприємстві**

До такого переліку можна віднести Bimpr, Quincefin, Finmap, Pipeliner, Bookkeeper, IT-Enterprise, Fintellect, Torgsoft, Ukrsklad, Dilovod, MASTER:Бухгалтерія, ISpro, АБ ОФІС, SMARTFIN, UGLA, GMS Office Tools, Masterbuh, Хепі-Бух, Limpid Pro, BJet ERP, Універсал ERP, Н-profit, WMS UIS, Sivers Торівля, А5, RemOnline, Microsoft Dynamics 365 Business Central, SAP, Abona ERP, М.Е.Дос, Арт-Звіт, Соната та інші.

Аналізуючи сучасні тренди діджиталізації, для українського бізнесу можна запропонувати такі технології для обробки даних та їх аналізу, як хмарні обчислення, промислові мережі, сховища даних, системи АСУ ТП, АСУП, SCADA / НМІ и АСДУ, MES / APS / APC, ERP. Серед розумних продуктів та сервісів використовуються штучний інтелект, роботи, платформи ІоТ, Digital Twins, роботи, кібербезпека, Wearable, Blockchain, VR/AR, 3D друк [2].

Українські підприємства на нашу думку можуть забезпечити комплексну автоматизацію бізнес-процесів за допомогою програмних продуктів ISpro, UGLA, BJet, Приват 24, М.Е.Доc, WordPress та програм від продуктів Microsoft. (рис. 2).



Рис. 2. Комплексна автоматизації бізнесу: модельний підхід

Підсумовуючи, хотілося б підкреслити, що за цифровою автоматизацією майбутнє світового та українського бізнесу. Під час пандемії та війни для більшості українського бізнесу це єдиний спосіб зберегти стабільність і продовжувати розвиватися. Саме автоматизація робить бізнес конкурентоспроможним на ринку. Цей процес допоможе разом з керівництвом оптимізувати основні та допоміжні бізнес-процеси, а для України вирішить критичні проблеми в умовах воєнного часу.

#### Список літератури

1. Коробка С. В. Діджиталізація підприємницької діяльності. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна серія «Економічна». 2021, № 100. С. 88-95. URL: <https://periodicals.karazin.ua/economy/article/view/17619>

2. Лазебник Л.Л., Войтенко В.О. Інформаційна інфраструктура в цифровізації бізнес-процесів підприємства. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2020. Випуск 42. С. 18-22. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2020/42-2020/5.pdf>

3. Сайко В. Р., Лучко Г. Й. Тенденції розвитку діджиталізації в Україні. Бізнес Інформ. 2021. №7. С. 109-114.

СЕКЦІЯ 9

SECTION 9

**РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І  
РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА  
DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE FORCES AND  
REGIONAL ECONOMICS**

УДК 336.7:332.12(477)

**Павлик О. І.**

аспірант,

ДУ «Інститут регіональних досліджень  
імені М. І. Долішнього НАН України»

**ОСНОВНІ ОЗНАКИ ТА ЗАВДАННЯ РОЗВИТКУ  
РЕГІОНАЛЬНОЇ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ**

В умовах війни поглиблюються диспропорції та асиметричність економічного розвитку як окремих регіонів, так і їх банківських систем, що проявляється у зменшенні кількості банків та їх структурних підрозділів, неможливості доступу до банківських продуктів і послуг на тимчасово окупованих територіях, задіяння потенціалу банківської системи у економічний розвиток регіону. Така ситуація призвела до недостатнього фінансового забезпечення окремих регіонів, відтоку фінансових ресурсів з їх територій, що лише поглибило проблему диспропорційності регіонального розвитку, уповільнило процеси соціально-економічного відтворення.

Як і будь-яка інша система, регіональна банківська система має чітко виражені ознаки. На основі ґрунтовного вивчення існуючих підходів дійшли висновку, що базовими серед них можна вважати такі, як дуальність, системність, структурність, функціональна спрямованість, динамічність, контактність [1].

Дуальність – це підпорядкованість регіональної банківської системи державному регулятору та спрямованість її на реалізацію регіональної політики.

Структурність – чітка ієрархія в структурі елементів з централізованим управлінням і збереженням їх певної економічної самостійності, порядку взаємодії між ними через розвинену інфраструктуру, розподіл функціональних повноважень.

Функціональна спрямованість – чітке виконання системою своїх функцій.

Динамічність – постійні зміни в системі, розвиток, мінливість залежно від впливів чинників екзогенного характеру

Контактність – незважаючи на відносну закритість системи, вона орієнтована на взаємодію з іншими системами, частота контактів з якими залежить від їх функціональної спрямованості.

Системність – впорядковане поєднання сукупності елементів.

Завдання регіональної банківської системи доцільно розподіляти залежно від пріоритетності й часових меж їх виконання. Тому конкретизуємо їх у розрізі груп поточних, проміжних і стратегічних:

1) поточні завдання: відновлення регіональної інфраструктури на тимчасово окупованих територіях; підвищення якості регіонального банківського продукту; підвищення рівня обслуговування клієнтів банківськими установами регіону; розширення асортименту банківських продуктів на регіональному ринку банківських

послуг; використання можливостей транскордонних регіонів, ділових партнерів на регіональному ринку;

2) проміжні завдання: реалізація активної транспарентної політики на національному ринку банківських послуг; універсалізація діяльності банківських установ та використання ними інструментарію комплексу маркетингу; розширення мережі філій місцевих банківських установ у регіоні та за його межами (в Україні та за кордоном); вивчення можливостей реалізації конкурентних стратегій для здобуття переваг перед іншими регіональними банківськими системами; реалізація інформаційних комунікацій регіональної банківської системи; вивчення загроз з боку інших регіональних банківських систем; активізація інноваційної діяльності за високоцінної політики банківських установ регіону;

3) стратегічні завдання: забезпечення повоєнної відбудови постраждалих від війни регіонів; сприяння стабільності та конкурентоспроможності банківських послуг; відновлення довоєнних параметрів функціонування регіональної банківської системи.

Такі завдання відображають саморегульованість регіонального ринку банківських послуг, тобто їх виконують за ідеальної ситуації у співвідношенні між попитом і пропозицією банківських продуктів. Оскільки така саморегульованість за умов надзвичайно сильного впливу екзогенних факторів рідко буває реалізованою, обґрунтована необхідність втручання в такі процеси з боку органів державної влади.

Стратегічність розвитку регіональної банківської системи найперше має проявлятися у залученні регіональних банків до повоєнної відбудови економіки регіонів та кредитно-інвестиційному забезпеченні даного процесу. Саме це є однією із основних детермінант забезпечення відновлення конкурентоспроможності регіонів. У цьому має проявлятися головна функціональність банківської системи зі специфікацією її розвитку в регіональному масштабі.

Отже, банківська система як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях відзначається складною структурою, яку формують відповідні інституції, що здійснюють свою діяльність відповідно до покладених на них функціональних повноважень. Процеси регіоналізації банківської діяльності зумовлюють необхідність перенесення низки функцій банківських систем у регіональну площину, залишаючи при цьому базові функції в компетенціях інституцій загальнодержавного рівня. За таких умов окреслюються нові передумови щодо необхідності формування й розвитку інструментарію реалізації регіональної політики розвитку банківської системи, яка б, власне, оптимально забезпечувала виконання завдань та функцій регіональних банківських систем.

#### **Список літератури**

1. Копилук О. І. Регіональна політика розвитку банківської системи України : монографія. Одеса: Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2014. 576 с.

УДК 338.24:65.018

Тис М. С.

аспірант,

ДУ «Інститут регіональних досліджень  
імені М. І. Долішнього НАН України»

## МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО МОНІТОРИНГУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ

Проведення адміністративно-територіальної реформи та децентралізація владних повноважень із зміщенням акцентів на рівень місцевих громад зумовили потребу в розробці новітніх підходів до реалізації цілей, завдань, функцій, стратегічних засад розвитку регіонів, окресленні їх місця й ролі у національному безпековому просторі. Особливої значимості в умовах виникнення новітніх ризиків та загроз воєнного характеру набувають питання щодо організаційних та економічних засад формування фінансової безпеки на рівні регіону як джерела відновлення, модернізації та інклюзивного розвитку.

Практичну спрямованість має підхід, запропонований А. С. Полторак, згідно з яким загальна схема аналізу стану фінансової безпеки регіонів України складається з семи послідовних етапів, серед яких: декомпозиція складової "фінансова безпека регіону" на підсистеми; формування переліку індикаторів; нормування індикаторів у підсистемах фінансової безпеки регіону; визначення показників вагомості для кожного з індикаторів; узагальнення показників у комплексні індикатори стану фінансової безпеки регіону в розрізі підсистем та ранжування областей відповідно до отриманих значень; визначення інтегрального показника стану фінансової безпеки за регіонами та кластеризація областей відповідно до отриманих значень; порівняння стану фінансової безпеки регіонів відповідно до розрахованих даних інтегрального показника стану фінансової безпеки, виділення специфічних проблемних аспектів та можливостей певного регіону [1, с. 30].

Для оцінки стану фінансової безпеки науковці пропонують до застосування різні методи, серед яких найпоширенішими є метод таксономії, експертні оцінки, аналіз макропоказників та їх подальше порівняння з еталонними даними, однак, з урахуванням особливостей фінансової безпеки регіонів, необхідно розробити методичний підхід та інструментарій, застосування яких дозволило б схарактеризувати рівень фінансової безпеки регіонів, сформувані місце (ранг) регіону, яке він посідає серед всіх інших областей України, виділити проблемні компоненти забезпечення фінансової безпеки певного регіону у відповідному періоді дослідження.

На нашу думку, з позиції регіонального розвитку доцільно приділяти увагу саме тим індикаторам стану фінансової безпеки регіону, які безпосередньо формують базис і можливість оцінки задоволення фінансової захищеності та потреб усіх суб'єктів регіону та його фінансово-економічного розвитку в цілому. Методологічні підходи до оцінки фінансової безпеки можна розглядати з точки зору їх об'єктів оцінки (напрямків) методів (математичного, статистичного, стратегічного аналізу, експертного) тощо.

Індикаторний підхід виправдовує найвищий рівень фінансової безпеки за умови, що значення індикаторів знаходяться в межах граничних значень, які не досягаються за рахунок інших. Використання в основному залежить від визначення порогових значень.

Ресурсно-функціональний підхід передбачає оцінку кожного функціонального компонента фінансової безпеки, а потім визначення інтегрованого показника експертами.

Критеріальний підхід спрямований на оцінку фінансової безпеки шляхом порівняння рівня фінансової безпеки відповідно до заздалегідь визначеним критерієм.

Використання методів стратегічного аналізу (PEST, SNW, SWOT, VRIO і ін.) для вивчення феномена фінансової безпеки у зовнішньому і внутрішньому середовищі досить поширене для вивчення фінансової безпеки.

Методичні підходи до вибору показників зводяться до наступного:

1) до розрахунку фактичних показників (індикаторів), перелік яких визначається державними органами влади;

2) до визначення часткових показників (індикаторів) та їх порогових критеріїв, що відповідають параметрам розвитку інших країн та регіонів, які обрані як зразок;

3) до експертного підходу вибору показників та їх порогових значень, заснованих на особистій думці фахівців у галузі, що розглядається, і які використовуються для ранжування територій за рівнем загроз;

4) до оцінки інтегрального показника рівня фінансової безпеки;

5) до змішаного (комплексного) підходу до оцінки [2].

На нашу думку, методика моніторингу фінансової безпеки регіону повинна базуватись на: 1) системному підході до виміру ділової активності; 2) врахуванні економічного зростання в якості стратегічного пріоритету; 3) контролі збалансованості та стійкості зростання; 4) орієнтації на інтенсивне зростання і акценті на індикаторах ефективності; 5) співвимірності з універсальними оцінками ділової активності регіону.

Таким чином, моніторинг фінансової безпеки регіону повинен розглядатися як складна багатогранна категорія, яка є підсистемою економічної безпеки і характеризується здатністю забезпечувати найбільш ефективне використання регіональних ресурсів, виконувати свої зобов'язання і задовольняти потреби на основі певної системи оцінювання суб'єктів забезпечення своєї фінансової безпеки, реалізувати можливості для повоєнної відбудови.

#### **Список літератури**

1. Полторак А. С. Методичний підхід до оцінки стану фінансової безпеки регіонів України. Агросвіт. 2019. № 18. С. 29-36.

2. Шульц С. Л., Мокій А. І. Імперативи та безпекові пріоритети збереження і розвитку продуктивної спроможності регіонів України в умовах війни. Регіональна економіка. 2022. №2(104). С. 131-136.



СЕКЦІЯ 10

SECTION 10

**МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА  
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ  
MATHEMATICAL METHODS, MODELS, AND  
INFORMATIONAL TECHNOLOGIES IN ECONOMICS**

УДК 339:004.9

**Пашнєв Д. В.**

К. ю. н., доцент,

провідний науковий співробітник науково-дослідної лабораторії з проблем  
інформаційних технологій та протидії злочинності у кіберпросторі,  
Харківський національний університет внутрішніх справ

**Колмик О. О.**

науковий співробітник науково-дослідної лабораторії з проблем інформаційних  
технологій та протидії злочинності у кіберпросторі,  
Харківський національний університет внутрішніх справ

**ШКІДЛИВЕ РЕКЛАМНЕ ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ,  
ЙОГО ВИДИ ТА ЗАХИСТ ВІД НЬОГО**

Реклама – двигун прогресу і в умовах розвитку ринкової економіки цей механізм носить позитивний характер, якщо служить своїй меті – маркетинговому просуванню товару на ринок. В епоху розвитку сучасних інформаційних технологій з'явилися нові способи підвищення ефективності рекламної діяльності.

Рекламне програмне забезпечення (далі – РПЗ) або «adware» (від англійських слів «advertisement» – реклама, «software» – програмне забезпечення) – це програма, діяльність якої зводиться до демонстрації рекламних повідомлень в браузерах, мережових додатках та окремих вікнах на екрані комп'ютера або іншого пристрою, перетворюючи таким чином його повністю або частково в банер для показу реклами. І в принципі від використання такого механізму для розповсюдження інформації про товари та послуги немає шкоди, в нормальній ситуації користь отримують всі сторони: користувач – від отримання інформації про товар, який, можливо, йому потрібен, а продавець, замовник реклами і володілець ресурсу або додатку, у якому розміщене РПЗ – від отримання прибутку.

Але бувають і інші ситуації, коли робота такого РПЗ наносить певну шкоду користувачу пристрою. Така ситуація виникає, коли функціонування РПЗ відбувається поза бажанням користувача пристрою повністю або воно має приховані від користувача функції, а також у разі відсутності простого механізму вимкнення дії такого програмного забезпечення.

Найчастіше РПЗ за рахунок відволікання ресурсів сповільнює завантаження веб-сторінок, знижує продуктивність операційної системи (далі – ОС) пристрою, показує на екрані рекламні повідомлення, які заважають роботі користувача.

Але шкода від такого РПЗ може бути набагато більшою від банальної нав'язливої реклами. Зокрема, для підвищення своєї ефективності більшість РПЗ збирають дані про користувача для відображення рекламних повідомлень, які найбільш підходять йому, і ці дані можуть бути використані не тільки із цією метою. Крім того, РПЗ можуть містити функціонал шкідливого програмного забезпечення: розповсюджуватися подібно до комп'ютерних вірусів, модифікувати інші додатки за допомогою вставки спеціальних скриптів, перенаправляти користувача на шкідливі веб-сайти та небезпечні сторінки через різні посилання, наражаючи на ризик зараження комп'ютерними вірусами тощо [1].

Частка РПЗ серед іншого шкідливого програмного забезпечення доволі велика, на що звертають увагу провідні спеціалісти у галузі захисту інформації [2].

Як видно, шкідливе РПЗ містить загрози для інформаційної безпеки користувачів сучасних інформаційних технологій, отже актуальним є його виявлення та захист від нього.

Модифікацій такого шкідливого РПЗ існує безліч: від найпростіших, що видаляються в кілька кліків за допомогою вбудованих функцій операційної системи, до найнебезпечніших, які дуже складно видалити. Вони підстерігають користувачів завжди і всюди: від комп'ютерів під операційними системами Windows чи Mac OS, до мобільних телефонів і практично всіх типів браузерів.

Залежно від способу проникнення в систему поділяють кілька типів РПЗ. Перший потрапляє до системи у процесі скачування та встановлення безкоштовних або умовно безкоштовних програм. Деякі недобросовісні розробники безкоштовних програм використовують рекламне програмне забезпечення для фінансування розробки та дистрибуції своїх продуктів, вживлюючи в інсталятори своїх програм спеціальні модулі, які містять саме таке шкідливе РПЗ. Воно активується після розпакування та інтегрується в систему.

Другий розповсюджується через інфіковані веб-ресурси. При відвідуванні зараженої сторінки автоматично виконується спеціальний алгоритм, який здійснює несанкціоноване завантаження та встановлення РПЗ поза дозволом і інформуванням користувача. Користувач і сам може допомогти завантаженню, здійснивши натискання на кнопку (посилання) у додатковому вікні або фіктивному повідомленні про помилку.

В обох випадках рекламний модуль може бути завантажений і встановлений шкідливим агентом, що вже присутній в системі, наприклад, «троянським конем» - завантажувачем.

Також можна умовно поділити шкідливе РПЗ за способом реалізації: в одному випадку вони виконані, як самостійні програми, що запускаються зі стартом системи, в іншому – виконані у вигляді модуля, що впроваджується в існуючі процеси, найчастіше в браузер. Найчастіше модулі шкідливого РПЗ відразу дають про себе знати, наприклад, через певний проміжок часу, відкриваючи одну і ту ж сторінку браузера (електронне казино, сайти еротичного змісту), тим самим даючи зрозуміти, що система заражена. Але деякі різновиди пересічний користувач може навіть не помітити, бо вони активізуються тільки на певних сторінках, які користувач відвідує частіше за все. Сучасний користувач настільки звик до реклами та різних спливаючих вікон при перегляді тих чи інших сайтів, що часом йому важко розрізнити з чим він має справу, із шкідливим РПЗ або звичайним показом реклами на сайті.

Відомими випадками використання РПЗ із шкідливою метою є наступні.

Adware Generic Summary – завантажує в браузері потенційно небезпечні рекламні оголошення, панелі інструментів, відстежує історію відвідування сайтів, змінює налаштування стартової сторінки, замість довірених пошукових систем встановлює посилання на рекламні та вірусні веб-ресурси.

Adware.Win32.Look2me.ab – уповільнює функціонування ОС, виводить додаткові вікна з нав'язливою рекламою у браузері. Ретельно маскує свої елементи в папці System32: після кожного старту системи змінює їх назви (sMfrcdldll, lvlm0931e.dll, azam0931e.dll, poxpnt.dll). Реєструє у реєстрі розширення Winlogon та Explorer. Захищає файли рекламного модуля: встановлюючи атрибути «тільки читання» та «системний».

Adware.SwiftBrowse.Win32 – підміняє результати пошуку, перенаправляє користувача на завантаження шкідливих програм. Цей метод використовується як для завантаження нових версій Adware.SwiftBrowse, так і для завантаження інших шкідливих програм [3].

З метою дотримання інформаційної безпеки кожен користувач повинен знати типові ознаки, за якими можна виявити, що на пристрої встановлено шкідливе РПЗ:

- домашня сторінка браузера змінилася без дозволу користувача;
- рекламні оголошення показуються там, де їх не повинно бути;
- веб-сторінки, які часто відвідує користувач, часто відображаються по-різному;
- посилання веб-сайтів пересилають користувача на непередбачені сторінки;
- веб-браузер працює надто повільно та (або) часто виникають збої;
- без дозволу користувача з'явилися нові панелі, додаткові модулі або розширення;
- почали автоматично встановлюватися програми, дозвіл на що користувач свідомо не давав;
- спостерігаються стрибки споживання ресурсів пристрою.

Щоб запобігти, або хоча б знизити, ймовірність завантаження шкідливого РПЗ на пристрій, користувачам необхідно виявляти обережність при роботі з будь-якими сайтами, що підозріло виглядають. Для цього необхідно дотримуватися певних рекомендацій:

- під час перегляду сайтів не натискати на будь-які рекламні оголошення, банери або сповіщення;
- слідкувати за тим, щоб на всіх пристроях було оновлено операційну систему, тому що неоновлені системи більш вразливі: шкідливі програми можуть використовувати вразливості у їх безпеці;
- увімкнути параметри безпеки в ОС, що захищають від завантаження РПЗ;
- налаштувати браузер для блокування спливаючих вікон;
- бути обережним під час завантаження безкоштовних або умовно безкоштовних програм, зокрема, уважно перевіряти, яке програмне забезпечення може бути встановлено разом із основною програмою, і чи не надає користувач свою згоду на його встановлення;
- завантажувати програми тільки з надійних перевірених сайтів, яким довіряє користувач;
- перевіряти антивірусом кожен файл, що завантажується тощо.

Таким чином, можна зробити певні висновки. По-перше, існує нормальне і шкідливе РПЗ, головна відмінність другого від першого, що воно може встановлюватися або вчиняти певні дії із комп'ютерним пристроєм поза згодою і увагою власника, а також не має простого механізму припинення своєї діяльності і видалення з пристрою. По-друге, розрізняють класифікацій шкідливого РПЗ, з який найбільш значимими для протидії йому є: в залежності від способу проникнення на пристрій та за способом реалізації. По-третє, часто користувачі самі стають ініціаторами (винуватцями) проникнення до системи шкідливого РПЗ, що вимагає від них дотримання певних правил безпеки при роботі із мережевими ресурсами, що повинне стати основою для протидії шкідливому РПЗ.

#### **Список літератури**

1. Pieter Arntz. Adware vs. ad fraud // Alwarebytes: Cyberprotection for every one. - URL: <https://www.malwarebytes.com/blog/news/2017/03/adware-vs-ad-fraud> (дата звернення: 15.05.2023).

2. Вірусні загрози 2015: під знаком adware // Zillya! Антивірус: офіц. сайт. - URL: <https://zillya.ua/index.php?q=virusni-zagrozi-2015-pid-znakom-adware> (дата звернення: 15.05.2023).

3. Семейство Adware. SwiftBrowse.Win32 // Zillya! Антивірус: офіц. сайт. - URL: <https://zillya.ua/index.php?q=ru/semeistvo-adware-swiftbrowsewin32> (дата звернення: 15.05.2023).

УДК 338.48(477)

**Вавринів М. М.**

здобувачка вищої освіти зі спеціальності 242 Туризм і рекреація

**Шевчук С. М.**

д.геогр.н., професор,

професор кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу,

Київський національний університет технологій та дизайну

### **ПРОБЛЕМА ОЦІНКИ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ**

Сталий розвиток територій визначається їх потенціалом, оскільки являє собою інтенсивний інноваційний розвиток, що супроводжується ефективним використанням наявного ресурсного потенціалу. Соціально-економічний стан території, рівень її розвитку водночас є головними характеристиками визначення потенційних можливостей економіки певної території. Сьогодні господарство України, окрім руйнівного впливу російської війни, також стикається із соціально-економічними проблемами, пов'язаними із неефективним використанням природних ресурсів, слабкістю інфраструктури, низьким рівнем добробуту населення, безробіттям тощо [4].

Розвиток рекреаційно-туристичної галузі для багатьох розвинених країн є одним із головних джерел наповнення бюджету. Такою вона повинна стати і для України, яка має усі необхідні ресурси для розвитку туристичної сфери, а саме сприятливі, різноманітні і відносно не погано збережені природні умови, значний історико-культурний потенціал, необхідні людські та матеріальні ресурси. У поствоєнний час ринок туристичних послуг має стати одним із чинників інтеграції України у європейський економічний простір. Саме тому важливою передумовою розвитку туризму в Україні та її регіонах є дослідження особливостей і закономірностей розвитку туристично-рекреаційних ресурсів.

Оцінка туристичного потенціалу території є головним завданням забезпечення сталого розвитку туризму та важливою передумовою планування його розвитку на різних рівнях. Без об'єктивної оцінки туристичного потенціалу неможливе повноцінне залучення інвесторів. Підходи до оцінки туристичного потенціалу регіонів лише частково вирішене в осучасних наукових дослідженнях. Загалом же оцінка туристичного потенціалу території полягає у визначенні ефективності використання рекреаційно-туристичних ресурсів, визначенні потенційної спроможності конкурувати на ринку сфери послуг. Разом з тим, навіть за наявності унікальних природних чи багатих культурно- історичних ресурсів регіон може мати низький рівень попиту на ринку туристичних послуг, якщо туризм не є пріоритетною галуззю розвитку цієї території.

Основні чинники, які формують туристичний потенціал регіонів України: природні (стан навколишнього середовища, що склався на певній території та його показники: природно-ресурсний потенціал, зокрема рекреаційні ресурси, кліматичні ресурси,

водні ресурси, лісові ресурси тощо); політичні (умови та середовище правового регулювання туризму, геополітична безпека, війна); економічні (рівень інфляції, безробіття, прибутки та ціни на туристичні товари й послуги, роль туристичної сфери в макроекономічних показниках); інфраструктурні (стан транспортної мережі, закладів розміщення, закладів харчування та дозвілля, рівень розвитку інформаційних та комунікаційних технологій); соціальні (демогеографічний потенціал, працересурсний потенціал, етнічна і релігійна структура населення); культурні (потенціал розвитку соціальної сфери регіону, що відображається у функціонуванні закладів освіти, охорони здоров'я, культури тощо) [1].

Поєднання у межах конкретної території цих чинників зумовлює можливість оцінки туристичної привабливості регіонів для виявлення найперспективніших напрямів розвитку туризму та дає змогу сформулювати ефективну стратегію регіонального розвитку туризму.

Методика оцінки історико-культурного потенціалу розвитку туризму на регіональному рівні включає їх облік, характеристику та типологію. Послідовно виконуються такі дії: вказують назву об'єкту, його місцезнаходження, власника, літературні та інші джерела про об'єкт, схему розташування; коротку характеристику. Потім проводять типологію цих об'єктів визначаючи для кожного із них унікальність, типовість, пізнавальне значення, атрактивність тощо.

Під час оцінки туристичного потенціалу території спочатку виявляють культурні ареали, згодом формують кадастр культурних об'єктів, визначають об'єкти, що виконують культурні функції, оцінюють їхнє значення та збереженість, пропускну здатність тощо. Згодом вивчають туристичну інфраструктуру – наявність закладів розміщення, харчування і т.д [2].

Сутність бального підходу оцінки історико-культурного потенціалу туризму полягає в тому, що оціночні шкали побудовані на подальшій структуризації видових компонентів у відповідності з історико-культурною важливістю явищ, що їх характеризують і часу, необхідного для огляду таких об'єктів. Необхідний час огляду визначають спеціалісти-експерти. Чим більше часу необхідно для пізнання об'єкту, тим вища пізнавальна цінність, а це значить, що вищий оціночний бал йому присвоюється [3]. Найбільш проблемною при такому підході є розробка оціночних шкал. Кожна із підгруп історико-культурних об'єктів: археологічні, меморіальні, оборонні, сакральні, народної архітектури, побутові тощо характеризується логічним набором показників, які оцінюються за п'ятибальною шкалою.

#### **Список літератури**

1. Географія всесвітньої спадщини (туристичні атракції) : навч. посіб. В. В. Безуглий, І. І. Косташук, В. В. Яворська. Дніпро : Ліра, 2021. 527 с.
2. Мальська М. П., Паньків Н. М. Туристично-ресурсний потенціал території : підручник. Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. 534 с.
3. Поливач К.А. Культурна спадщина та її вплив на розвиток регіонів України / Наук. ред. Руденко Л.Г. К.: Інститут географії НАН України, 2012. 208 с.
4. Шевчук С.М., Вовк С.В., Цуркан І.М. Організація функціонування спеціалізованих туристичних дестинацій в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. 2022. № 44.

**УДК 338.48(477)**

**Сінельніченко Ю. В.**

здобувачка вищої освіти зі спеціальності 242 Туризм і рекреація

**Шевчук С. М.**

д.геогр.н., професор,

професор кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу,

Київський національний університет технологій та дизайну

## **РОЛЬ ГАСТРОНОМІЧНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ У ФОРМУВАННІ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТЕРИТОРІЙ**

Гастрономічний туризм є тією галуззю індустрії туризму, що найбільш динамічно розвивається, роєднуючи подорожі та насолоду кулінарними враженнями. Цей вид туризму відіграє значну роль у соціально-економічному розвитку регіонів, сприяє популяризації національної кухні, збереженню культурної спадщини та розвитку сільського господарства.

Гастрономічна ідентичність впливає на привабливість регіонів у багатьох аспектах. Харчування є одним з основних аспектів культури кожного регіону і може бути сильним мотиватором для туристів, коли вони вибирають місця для відпочинку та подорожей. Регіони з багатою кулінарною спадщиною можуть приваблювати туристів, які хочуть спробувати аутентичну місцеву кухню. Унікальні страви, рецепти та інгредієнти можуть стати привабливою особливістю регіону і привести до збільшення туристичного потоку [1].

Регіони, які організують кулінарні фестивалі, ярмарки, конкурси або події, привертають увагу людей з усього світу. Ці заходи можуть бути спрямовані на презентацію місцевої кухні, традицій та продуктів. Вони створюють унікальний досвід для туристів і можуть привернути значну кількість відвідувачів. Регіони, які відомі своїми винами, пивом або іншими алкогольними напоями, можуть бути особливо привабливими для гастрономічних туристів. Це дозволяє гостям познайомитися з місцевими продуктами, традиціями приготування їжі та майстерністю місцевих шеф-кухарів. Туристи можуть відвідати місцеві ринки, ферми або ресторани, де вони матимуть змогу не тільки спробувати страви, але й навчитися готувати їх під керівництвом професіоналів. Регіони можуть створювати спеціальні гастрономічні маршрути, які включають в себе ресторани, кав'ярні, пекарні, винні погреби та інші місця, де можна спробувати місцеві страви та напої.

Гастрономічна ідентичність регіону також може бути відображена у місцевих продуктах, які доступні для продажу. Це можуть бути страви, сир, олії, соуси, спеції та інші місцеві продукти, які можуть бути привабливими для туристів, які хочуть придбати автентичні продукти з цього регіону та забрати їх додому як сувеніри або подарунки.

Регіони з сильною гастрономічною ідентичністю можуть активно просувати свої місцеві продукти і страви. Це може включати співпрацю з місцевими ресторанами та готелями для пропозиції автентичних страв у їхніх меню. Також можуть проводитися фестивалі та виставки, де місцеві виробники можуть представити свої продукти широкій аудиторії. Ефективна промоція може підвищити обізнаність туристів про гастрономічний потенціал регіону і стимулювати їх відвідати його.

Гастрономічна ідентичність регіону може сприяти культурному обміну між місцевими жителями та туристами. Відвідувачі можуть взаємодіяти з місцевими людьми, відвідувати місцеві ресторани і кафе, де вони можуть спілкуватися та дізнаватися більше про традиції, історію та культуру регіону через його кухню. Це може створити незабутні спогади та збагатити культурний досвід туристів.

Сформована гастрономічна ідентичність може мати позитивний вплив на місцеву економіку. Збільшення туристичного потоку, пов'язаного з гастрономічним туризмом, може створювати нові робочі місця у галузі ресторанного бізнесу, готельного господарства, сільського господарства та продовольчої промисловості. Це сприяє зростанню економіки регіону та покращенню якості життя місцевого населення [2].

Гастрономічна ідентичність регіону може служити засобом збереження і передачі культурних традицій. Шляхом підтримки місцевої кухні, рецептів і методів приготування страв, регіон може зберегти свою унікальність і спадщину. Це також створює можливості для місцевих жителів, особливо старшого покоління, передати свої знання і традиції молодшим поколінням.

Гастрономічна ідентичність регіону може служити як спонукання до розвитку гастрономічних інфраструктур. Ресторани, кафе, кулінарні школи, фермерські ринки та інші заклади можуть з'являтися і розвиватися для задоволення попиту на місцеву кухню і продукти. Це сприяє розвитку малого бізнесу, створенню робочих місць і підтримці місцевих виробників і постачальників.

Гастрономічна ідентичність регіону може стати платформою для розширення культурного обміну. Місцева кухня є важливою складовою культурної спадщини і може бути мостом між різними культурами і традиціями. Гастрономічні фестивалі, заходи та спільні проекти можуть сприяти взаєморозумінню та взаємовідносинам між різними громадами та країнами [26].

Отже, гастрономічна ідентичність може допомогти регіону створити унікальний образ і відрізнитися від інших територій. Автентичні страви, місцеві рецепти та традиції, особливі смаки і аромати створюють неповторну характеристику, яка вирізняє регіон на туристичній карті. Це може привернути увагу людей, які шукають нові і незвичні кулінарні враження. Україна, як країна з багатою гастрономічною культурою і регіональним розмаїттям, має безліч регіонів, які славляться своєю гастрономічною ідентичністю. Правильне використання гастрономічної ідентичності може стати важливим ресурсом для розвитку туризму та підвищення привабливості України у світі.

### **Список літератури**

1. Буценко Є. Д. Гастрономічний туризм як популярний напрямок у туризмі Буценко Є. Д. Науково-методичний електронний журнал «Концепт». 2015. С. 56–60.
2. Комарніцький І.О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті підготовки до ЄВРО 2012. Географія та туризм: наук. зб./ ред. кол. Я.Б.Олійник та ін.. К.: Альтерпрес. 2011. С. 101–106.

**УДК 338.48(477)**

**Сивак Т. В.**

здобувачка вищої освіти зі спеціальності 242 Туризм і рекреація

**Шевчук С. М.**

д.геогр.н., професор,

професор кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу,

Київський національний університет технологій та дизайну

## **ТУРИЗМ ВИХІДНОГО ДНЯ ЯК ФОРМА РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Використання турів вихідного дня є дуже актуальним у сучасному світі, оскільки вони дають можливість людям відпочити від повсякденних справ та рутинних занять, підняти свій настрій, побачити нові місця та познайомитися з новими людьми. Тури вихідного дня також дозволяють ефективно використовувати невеликий проміжок вільного часу, який може бути в будні дні або вихідні, тим самим забезпечуючи можливість релаксу та відпочинку без необхідності витрачати багато часу та коштів на далекі подорожі. Тури вихідного дня стають все більш популярними в Україні, особливо серед молоді. Це пов'язано з бажанням провести час на природі, відвідати нові місця та відпочити від рутинних буднів. Крім того, зростає інтерес до активного відпочинку, еко-туризму та культурного туризму. Також важливою перевагою турів вихідного дня є їх відносна доступність і можливість відпочити без значних витрат часу та коштів [4]. Отже, можна стверджувати, що тури вихідного дня є досить популярними туристичними продуктами в Україні.

На жаль, через всесвітній спалах COVID-19 в 2019 р. та повномасштабне вторгнення в Україну російської федерації вже у 2022 р. люди також не мали змоги повноцінно подорожувати та відпочивати, тому найчастіше вибирали подорож в своїй країні та в більшості випадків свій вибір зупиняли на заході держави, бо регіон справді надзвичайною вражає своєю природою та неймовірними краєвидами [5].

В умовах сьогодення, коли темп життя дуже швидкий, багато людей не можуть приділити увагу екскурсіям, а тим паче повноцінному туризму. В такому випадку, одразу приходить на думку використання вихідних заради створення туристичної активності. Дані тури надають можливість всього за один день ознайомитися з основними пам'ятками і чудово провести вихідні.

Туризм вихідного дня – це один з найбільш поширених туристичних видів, який передбачає короткочасний відпочинок, зазвичай протягом вихідних днів. Такі тури можуть бути організовані як самостійні поїздки, так і з допомогою туроператорів, які пропонують готові пакети з включеним транспортом, проживанням та розвагами [3].

Зважаючи на те, що туризм вихідного дня є досить популярним видом туризму, можна зазначити, що він має деякі особливості. Наприклад, він часто здійснюється в межах однієї країни або регіону, що дозволяє значно знизити витрати на подорож. Також, він зазвичай передбачає короткий відпочинок, що дозволяє не брати відпустку на роботі та економити час.

Туризм вихідного дня може бути різним за своєю метою та формою проведення. Наприклад, це може бути оздоровчий відпочинок, коли людина відвідує спа-центри, сауни, бази відпочинку або гірські курорти, щоб зняти стрес та відновити своє



здоров'я. Це також може бути активний відпочинок, який передбачає відвідування парків розваг, аквапарків, екскурсійних турів, катання на лижах, сноубордах, велосипеді або сплав на рафтах. Крім того, туризм вихідного дня може бути культурним, коли людина відвідує музеї, галереї, історичні місця та архітектурні пам'ятки, щоб дізнатись більше про культуру та історію певного регіону.

Туризм вихідного дня також може бути вигідним з фінансової точки зору. В порівнянні з довгостроковим відпочинком, він не вимагає значних витрат на транспорт, проживання та інші витрати. Крім того, він зазвичай не потребує відпустки на роботі, тому люди можуть відвідувати нові місця та отримувати нові враження, не втрачаючи часу на роботі [1, с.210].

Тури вихідного дня володіють різною спрямованістю: пізнавальний туризм – не залежить від вікової приналежності учасників, тільки від кола їхніх інтересів. Пізнавальні тури поділяються на стаціонарні тури (перебування туристів в одному місті, туристичному центрі); маршрутні тури (відвідування кількох населених пунктів, пам'яток, вибудоване у вигляді маршруту подорожі); розважальні тури (розвага під час туристичної поїздки. Основні програми – екскурсійні та розважальні. Розважальні тури можуть бути: періодичними або разовими – організуються на свята, під час канікул або на традиційні фестивалі; регулярними – тури до спеціально створених місцям постійно діючих розваг). Екологічний туризм – включає як невеликі пізнавальні тури для школярів, так і регулярні туристичні програми в національних парках і заповідниках. Діловий туризм – туристські поїздки з діловими цілями.

Туризм вихідного дня може мати позитивний вплив на місцеву економіку, особливо на тих туристичних місцях, де він є основною формою туризму. Це дозволяє створювати нові робочі місця та збільшувати доходи від туризму, що може сприяти розвитку інфраструктури та підвищенню рівня життя місцевих жителів [2, с.11]. Однак, як і будь-який інший вид туризму, туризм вихідного дня може мати і негативні наслідки. Наприклад, надмірний туризм може призвести до зношення природних та історичних пам'яток, перенаселення популярних туристичних місць, забруднення навколишнього середовища та інші проблеми.

#### **Список літератури**

1. Красовський С. О. Дослідження міжнародного туризму в дисертаційних роботах українських науковців. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Культурологія. 2017. Вип. 25. С. 208–213.
2. Редько К. Ю., Фурс О. С. Основні тенденції розвитку туризму в Україні. Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2020. №3. С. 7–13.
3. Термінологічний словник. Визначення «Туризм» [Електронний ресурс] . Режим доступу до ресурсу: <http://sum.in.ua/s/turyzm>.
4. Моца А.А., Шевчук С.М., Серета Н.М. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Економіка та суспільство. 2022. № 41.
5. Шевчук С.М., Вовк С.В., Цуркан І.М. Організація функціонування спеціалізованих туристичних дестинацій в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. 2022. № 44.

УДК 338.48(477)

**Петрусенко А. Ю.**

здобувач вищої освіти зі спеціальності 242 Туризм і рекреація

**Шевчук С. М.**

д.геогр.н., професор,

професор кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу,

Київський національний університет технологій та дизайну

## **РОЛЬ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ПРИ ПЛАНУВАННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ**

Соціально-економічні трансформації, що відбуваються в економіці України, зумовлюють пошук нових організаційно-правових форм підприємництва, спрямованих на забезпечення економічного зростання, підвищення якості життя населення, комплексного розвитку сільських територій. Одним із можливих шляхів подолання наслідків війни на деокупованих територіях є активізація сільського населення до підприємницької діяльності у невиробничій сфері, зокрема зеленого туризму. Становлення та розвиток зеленого туризму дозволить вирішити проблеми, відтворення трудового потенціалу, формуванням нових напрямів реалізації сільськогосподарської продукції, підвищення зайнятості сільського населення, зростанням доходів та якості життя., а найголовніше – сприятиме швидшому відновленню територій, що постаралися у ході бойових дій, їх ефективному поверненню до сталого розвитку. Все це зумовлює потребу вивчення регіональних моделей розвитку зеленого туризму, зокрема формування та визначення його понятійно-термінологічної системи, особливостей територіальної організації, бізнес-процесів та управління [3].

Проблема прикладних питань розвитку зеленого туризму у межах окремих територій є достатньо актуальною і потребує комплексного вивчення з метою прийняття управлінських рішень, маркетингових та інших стратегій розвитку сфери послуг на регіональному рівні. Зелений туризм може стати провідною концепцією для реалізації державної регіональної політики, ініціатив розвитку сільських територій. Він розглядається важливий інструмент підтримки економічної діяльності, сприяння диверсифікації економічних практик у сільській місцевості, інструментом збереження природних та культурних ландшафтів.

Зелений туризм – це специфічний вид туристичної діяльності, що акумулює різні форми організації туризму, які реалізуються на базі села та здійснює соціо-еколого-економічний вплив на розвиток територій шляхом раціонального використання наявного природно-ресурсного та людського потенціалу. Нами запропоновано розглядати поняття «сільський туризм» та «зелений туризм» як тотожні, розуміючи, що зелений туризм відповідає багатьом соціально-екологічним пріоритетам гармонійного розвитку сільських територій. Зокрема, йдеться про збереження природничого та культурного середовища, підтримку добробуту сільських жителів, місцевої громади, постачання туристам органічних харчових продуктів з відповідної вимогам сировини. Ресурсною базою для розвитку зеленого туризму є рекреаційно-туристичні ресурси природного та антропогенного походження, оскільки цей вид туристичної діяльності відбувається у межах територій із відносно мало зміненим

природним середовищем, як правило у межах агроландшафтів, а також штучно створених об'єктів у процесі сільськогосподарського виробництва [1].

Із метою ефективного просування спеціалізованого туристичного продукту зеленого туризму як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках необхідна як організаційна, так і часткова фінансова підтримка держави, а найголовніше – створення бренду України в цілому як території миру, а не території війни. Зелений туризм не вимагає надзвичайно великих інвестицій, але в той же час він може принести велику користь багатьом громадянам держави, особливо жителям сільської місцевості, оскільки розширює ринок товарів та послуг, сприяє потоку іноземної валюти, поліпшення інфраструктури території, створення нових робочих місць тощо. Розвиток зеленого туризму позитивно впливає на вирішення соціально-економічних проблем територій громад, перш за все, у напрямку розширення сфери зайнятості місцевого населення. Зелений туризм забезпечує додатковий дохід, розширює можливості зайнятості населення не тільки у виробничій сфері, як правило сільського господарства, але і в сфері обслуговування.

Зелений туризм розвивається у межах кокретних територіальних громадам, розширюючи тим самим соціально-економічні умови самих громад. У свою чергу територіальні громади надають для власників садиб зеленого туризму відповідну комунальну інфраструктуру (дороги, стоянки, централізоване водопостачання та водовідведення, охорона), пропонують спектрнаєвних закладів торгівлі, спорту тощо. Головною умовою розвитку зеленого туризму на регіональному рівні все ж залишається потреба у забезпеченні належних умов проживання у садибах зеленого туризму. Вони мають забезпечувати комфортне проживання, можливість забезпечення особистої гігієни та повноцінного якісного харчування [2].

Провідними напрямками розвитку зеленого туризму у Херсонській області, особливо урахуваючи реалії поствоєнного часу, на нашу думку, повинні бути: надання фермерським господарствам податкових пільг та позик для створення сприятливих умов із розвитку зеленого туризму, реклама послуг, що їх надають садиби зеленого туризму саме із позицій альтернативи інших видів рекреаційно-туристичної діяльності, публікація різноманітних путівників, розробка різноманітних допоміжних туристичних бізнесів, у тому числі формування мережі спеціалізованих кластерів зеленого туризму.

### **Список літератури**

1. Особливості розвитку зеленого туризму в Україні (оглядова довідка за матеріалами преси) URL: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article>
2. Романюк І. А. Системно-структурні дефініції категорій у галузі зеленого туризму: узагальнення та використання. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. 2015. Вип.15 (3). С. 29–31.
3. Romanenko Y.O., Boiko V.O., Shevchuk S.M., Barabanova V.V., & Karpinska N.V. Rural development by stimulating agro-tourism activities. *International Journal of Management*, 2020. № 11 (4), P. 605–613.

УДК 330.34

**Адамовська В. С.**

к.е.н., доцент,  
завідувач кафедри обліку, оподаткування,  
публічного управління та адміністрування,  
Криворізький національний університет

**Поросла П. В.**

здобувачка вищої освіти ступеня магістра  
спеціальності «Облік і оподаткування»,  
Криворізький національний університет

**Дорошенко В. А.**

здобувачка вищої освіти ступеня бакалавра  
спеціальності «Публічне управління та адміністрування»,  
Криворізький національний університет

### **ЗМІНИ У ЗАКОНОДАВСТВІ ЩОДО ОПОДАТКУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ-ПІДПРИЄМЦІВ У ПЕРІОД ДІЇ ВОЄННОГО СТАНУ ТА НАСЛІДКИ ДЛЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ**

Верховна Рада України розглядає законопроект № 8401 [1], який може призвести до позбавлення фізичних осіб-підприємців певних пільг з 1 липня. Цей законопроект стосується внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів щодо оподаткування в період дії воєнного стану. Якщо законопроект буде прийнятий, наступні зміни можуть відбутися з 1 липня поточного року. Так, фізичні особи-підприємці та юридичні особи більше не зможуть використовувати спрощену систему оподаткування (єдиний податок III групи) зі ставкою 2% від суми доходу. А фізичні особи-підприємці, які раніше сплачували єдиний податок I та II групи, знову будуть повинні сплачувати єдиний податок за звичайними правилами. Також повернуться документальні перевірки з податкової системи. Будуть відновлені строкові обмеження, пов'язані з поданням податкової звітності, проведенням перевірок та іншими адміністративними процедурами, контроль за якими здійснюється податковими органами; будуть накладатися штрафи за порушення податкового законодавства, неправильне нарахування та сплата єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування і порушення порядку використання реєстраторів розрахункових операцій / програмних реєстраторів розрахункових операцій.

Законопроект аргументується тим, що ці зміни дозволять додатково залучити близько 8 млрд грн до бюджету в 2023 році [1].

Ухвалення законопроектів № 8401 і позбавлення фізичних осіб-підприємців певних пільг може мати кілька наслідків. Ось деякі з можливих наслідків [1]:

1. Збільшення податкового навантаження: Фізичні особи-підприємці та юридичні особи, які використовують спрощену систему оподаткування (єдиний податок III групи), будуть змушені сплачувати податки за звичайними правилами. Це може призвести до збільшення загальної суми податків, яку вони повинні сплачувати.

2. Посилення адміністративних обмежень: Повернення документальних перевірок і строкових обмежень пов'язаних з податковою звітністю і процедурами контролю може призвести до більшої адміністративної обтяженості для фізичних осіб-підприємців. Вони будуть зобов'язані дотримуватися жорсткіших термінів та процедур, пов'язаних з податковими зобов'язаннями.

3. Зростання ризику штрафів: Повернення штрафів за порушення податкового законодавства може спричинити більшу відповідальність для фізичних осіб-підприємців. Це може включати штрафи за неправильне нарахування та сплату податків, порушення правил використання реєстраторів розрахункових операцій та інші податкові порушення.

4. Вплив на бізнес-середовище: Зміни в оподаткуванні можуть вплинути на бізнес-середовище в Україні. Деякі фізичні особи-підприємці можуть знайти складним продовжувати свою діяльність під новими податковими умовами. Це може мати наслідком скорочення підприємницької активності і впливати на розвиток малих бізнесів.

5. Зміна конкурентного середовища: Застосування стандартного оподаткування для фізичних осіб-підприємців може змінити конкурентну ситуацію на ринку. Ті, хто раніше використовували спрощену систему оподаткування з низькими ставками, можуть стати менш конкурентоспроможними порівняно зі своїми конкурентами, які користуються іншими формами оподаткування.

Важливо зазначити, що це лише потенційні наслідки, і фактичний вплив залежатиме від багатьох факторів, включаючи індивідуальні ситуації фізичних осіб-підприємців та загальну економічну ситуацію в країні.

Зміна пільг для фізичних осіб-підприємців, якщо законопроект № 8401 буде ухвалений, може вплинути на ситуацію з інвестиціями. Однак, точний вплив залежатиме від багатьох факторів, таких як загальна економічна ситуація, стан підприємництва та інвестиційний клімат в Україні.

Можна розглянути кілька можливих сценаріїв:

1. Зменшення інвестицій. Скасування пільг для фізичних осіб-підприємців може збільшити їх податкове навантаження і зменшити чистий дохід. Це може призвести до скорочення фінансових ресурсів, доступних для інвестицій, та зниження інтересу до підприємницької діяльності.

2. Зсув пріоритетів інвесторів. Інвестори можуть переглянути свої пріоритети та шукати інші ринки або форми інвестицій, які забезпечують більш сприятливі умови оподаткування. Це може призвести до зменшення потоку інвестицій в Україну і вплинути на розвиток підприємництва.

3. Пошук альтернативних стратегій. Фізичні особи-підприємці можуть шукати альтернативні стратегії оптимізації податків або переглядати свою ділову модель з метою збереження конкурентоспроможності та залучення інвестицій.

Враховуючи ці фактори, ситуація з інвестиціями може бути складною і потребуватиме аналізу та моніторингу після введення змін в оподаткуванні.

#### **Список літератури**

1. Пояснювальна записка до проекту Закону України від 31.01.2023 № 8401, «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо особливостей оподаткування у період дії воєнного стану». URL: <https://ips.ligazakon.net/document/gi08694a>.

УДК 330.34

Адамовська В. С.

к.е.н., доцент,

завідувач кафедри обліку, оподаткування,  
публічного управління та адміністрування,  
Криворізький національний університет

Дем'яненко К. О.

здобувачка вищої освіти другого (магістерського) рівня  
спеціальності «Облік і оподаткування»,  
Криворізький національний університет

Лі Н. В.

здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня  
спеціальності «Публічне управління та адміністрування»,  
Криворізький національний університет

## ІНВЕСТИЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ В НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

Війна та висока інфляція змушують інвесторів кардинально переосмислити можливі напрямки для вкладення коштів. Хоча Україна і змогла зупинити російську армію та звільнити велику частину окупованої у 2022 році території, воєнний стан, бойові дії та ракетні обстріли не дозволяють оцінити надійність тих чи інших інвестицій всередині країни [1].

Інвестиції – це вкладення коштів у активи, які можуть принести прибуток через деякий час. Наприклад, можна придбати нерухомість, яка через кілька років зросте у ціні, а тим самим примножить капітал вкладника. Схожа стратегія щодо стартапів: інвестори обирають найбільш перспективний молодий бізнес та дають йому свої гроші, розраховуючи отримати значні дивіденди у майбутньому [2].

Інвестувати можна в облігації, акції компаній, земельні паї, нерухомість тощо. Але важливо розуміти, що будь-які подібні вкладення не гарантують успіх: можна не лише збільшити капітал, а і навпаки зменшити його. Саме тому одне з найголовніших правил – диверсифікація. Це техніка розподілу інвестицій між різними фінансовими інструментами, галузями та активами, щоб зменшити ризики та мінімізувати можливі втрати коштів [1].

Інвестиції розрізняють залежно від напрямку вкладення коштів, мети та ризикованості активів (рис. 1).

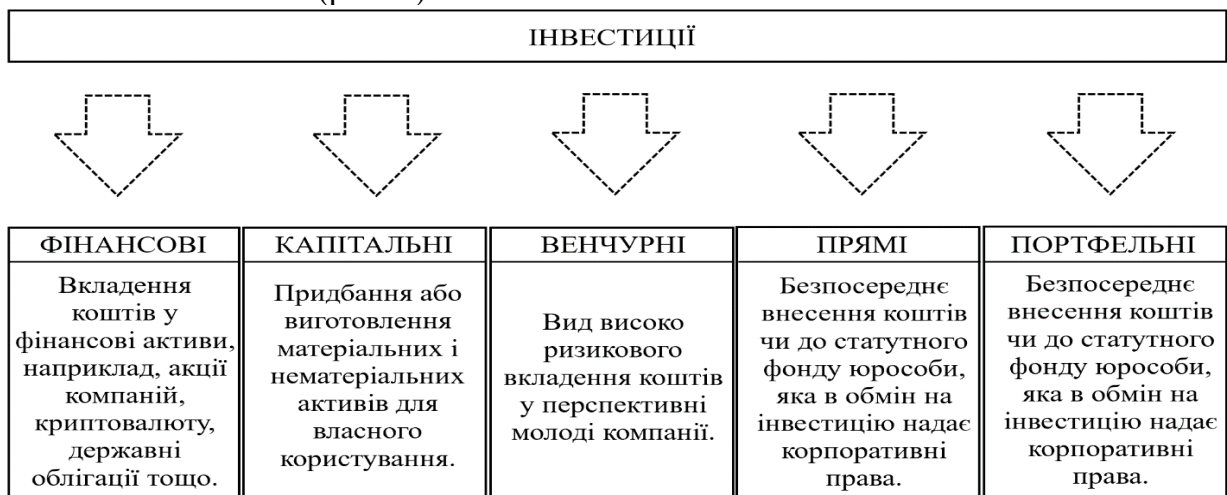


Рис. 1. Класифікація інвестицій  
(розроблено на основі [2],[3],[4])

Найбільш контрольованими та успішними інвестиціями в Україні для підприємців можуть бути вкладення у власний розвиток. Наприклад, у модернізацію технологій, розвиток своєї мережі, навчання співробітників тощо. Така інвестиція зможе у перспективі повернутися більшою кількістю задоволених клієнтів та стабільним прибутком для компанії [1].

Наприклад, корисні сервіси для розвитку бізнесу в Україні навіть під час війни пропонує Київстар. Серед них є інструменти для комплексного кіберзахисту ІТ-систем, хмара Microsoft Azure, Віртуальна мобільна АТС, Big Data-рішення для маркетингу тощо.

Навіть під час війни активно розвиваються українські венчурні фонди, які інвестують у стартапи на західних ринках. Зокрема, можна долучитися до інвестиційних клубів та за підтримки фінансових консультантів скласти свій портфель. У такому разі «вхідний квиток» починається від 10 тисяч доларів. Варто пам'ятати, що це високо ризикові активи, адже успішними стають лише 10% з усіх стартапів. Найбільш популярні напрямки для інвестицій у 2023 році – це компанії у сфері цифрового здоров'я, фінтеху, мобільності, відновлюваної енергії.

Отже, можна зробити висновок, що інвестиційні вкладення в нематеріальні активи є актуальними навіть не дивлячись на воєнний стан в країні та деякі ризики щодо отримання прибутку від таких вкладень, але таке інвестування відіграє ключову роль в інноваційних процесах розвитку українських підприємств і є рушійною силою у стабілізації економіки.

#### **Список літератури**

1. Як і куди варто інвестувати в Україні у 2023. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/yak-i-kudy-var-to-investuvaty-v-ukrayini-u-2023/>.
2. Фінансові інвестиції: поняття та класифікація. URL: <https://www.kursak.com/finansovi-investytsii-poniattia-ta-klasyfikatsiia/>.
3. Венчурні інвестиції. URL: <http://www.soldis.com.ua/uk/node/78>.
4. Заповнення Звіту про капітальні інвестиції (форма № 2- інвестиції (квартальна)). URL: <https://buhplatforma.com.ua/article/8835-zapovnennya-zvtu-pro-kapitaln-nvestits-forma-2-nvestits>.

**Олексюк В. О.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри економіки,

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

### **МЕТОДОЛОГІЧНИЙ КОНЦЕПТ ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**

Модернізація економіки в сучасних умовах потребує ґрунтовного теоретико-методологічного й практичного обґрунтування з урахуванням потреб повоєнного відновлення, стабілізації національної економіки й подальших стратегічних напрямів інноваційного розвитку.

Сучасні економічні реалії сформувавши нові вимоги до методологічного фундаменту та регулюючого впливу модернізаційних перетворень з огляду на пріоритетність їх інноваційного спрямування. В наукових працях проблематика

методологічного обґрунтування й потенціал регулюючого впливу на інноваційну динаміку дискутуються з позицій пошуку виходу із структурних криз, повоєнного відновлення, зміни соціально-економічної моделі розвитку тощо. В той же час, динаміка й проблеми сучасного світогосподарського розвитку та структурні зміни національних господарств підкреслили суперечливість і фрагментарність фундаментальних економічних праць, неспроможність традиційного методологічного базису відобразити новітні процеси та явища з використанням традиційного категоріального апарату й обмеженість у формуванні дієвих моделей регулювання економіки.

Активізація наукових досліджень щодо теоретико-методологічного обґрунтування модернізаційних трансформацій пов'язана з пошуком інструментів економічної політики, що сприятимуть досягненню синергії регулюючих інструментів для реалізації завдань “випереджального розвитку” [1, с. 168-169]. Концептуальну основу подібним науковим дослідженням започаткували праці вчених у ХІХ столітті в контексті обґрунтування стимулюючих інструментів для забезпечення конкурентних переваг економіки. Концепт модернізаційної динаміки був розширений визначенням інституціональної ролі держави та пошуком співвідношення державного і ринкового впливу на національну економіку.

Дослідження інноваційної модернізації економічної системи потребує використання еволюційного підходу, як методологічного базису, що дозволяє розкривати «глибину» пізнання, а конкретизація інструментарію й визначення зв'язків між економічними та неекономічними чинниками, складовими інноваційної динаміки може бути забезпечена інструментарієм інституціоналізму. Подібне формування інституціонально-еволюційного методологічного базису зберігатиме зв'язки між сутнісними складовими й формою прояву інноваційної модернізації. Інституціоналізм розкриває базові передумови функціонування, правила, норми та існуючі обмеження для економічного розвитку. Інституціональний методологічний інструментарій опосередковує наявні переходи від однієї еволюційно сформованої економічної моделі до іншої, від глобальних проблем до локальних.

Методологічне поєднання еволюційного та інституціонального підходів в дослідженні інноваційної динаміки національної економіки сприяє збереженню зв'язків між сутнісним змістом і формами проявів інновацій та дозволяє проаналізувати економічні інститути в еволюційному русі, досліджувати вплив еволюційних та інституціональних механізмів й забезпечує вищий щабель теоретичного узагальнення. Окреслений методологічний базис формує найбільш повний спектр інструментів дослідження економічних трансформацій та створює потенційні можливості для виокремлення й оцінки нових умов протікання економічних процесів, з'ясування їх суті.

#### **Список літератури**

1. Чухно А.А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України. К.: ЛОГОС, 2003. 617 с.



**НАУКОВЕ ВИДАННЯ**

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ, ФІНАНСІВ ТА  
ПРАВА В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ**

**Збірник тез доповідей Міжнародної  
науково-практичної конференції  
(частина 1)  
м. Полтава,  
30 травня 2023 р.**

Українською та англійською мовами

Відповідальний за випуск: Загородний І. Д.  
Технічний редактор: Нестеренко В. О.  
Художній редактор: Михайленко К. В.  
Коректор: Остаповець Н. М.  
Дизайнери й верстальники: Артеменко А. А, Григоренко Л. О.

Підписано до друку 30.05.2023 р. Формат 60x90/16  
Папір офсетний. Друк – ризографія. Умовн. друк. арк. 4,1  
Гарнітура Times New Roman.  
Наклад 500 примірників. Зам. № 21695

Надруковано у ФОП Сидоренко А. В.  
Свідоцтво про державну реєстрацію серія В01 № 710364  
від 07.01.2007 р., м. Полтава, вул. Дмитра Коряка, 3

**Всі права захищені.**

**Відповідальність за зміст матеріалів несуть автори.**

**Редакційна колегія може не поділяти думок авторів.**



Офіційний сайт: <http://www.economics.in.ua>

